



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

APURAÇÃO DIGITAL:
MUDANÇAS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

JULIANA ALBUQUERQUE MARQUES

Rio de Janeiro

2009



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

APURAÇÃO DIGITAL:
MUDANÇAS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Juliana Albuquerque Marques

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para obtenção do diploma de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz

Rio de Janeiro

2009

FICHA CATALOGRÁFICA

MARQUES, Juliana Albuquerque.

Apuração digital: mudanças na produção jornalística./Juliana Albuquerque
Marques - Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2009.

55 f.

Monografia (graduação em Comunicação Social –Jornalismo) – Universidade
Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2009.

Orientação: Prof. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Apuração digital: mudanças na produção jornalística**, elaborada por Juliana Albuquerque Marques

Aprovada por:

Orientadora: Prof. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. William Dias Braga
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Aprovada em: 7 de dezembro de 2009

Grau:

Rio de Janeiro

2009

MARQUES, Juliana Albuquerque. **Apuração digital: mudanças na produção jornalística**. Orientadora: Prof. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

Monografia em Jornalismo

RESUMO

O trabalho pretende verificar as técnicas de apuração jornalística no meio digital, analisando mecanismos de utilização da internet como fonte de pesquisa, desenvolvidos pelos jornalistas para a realização de reportagens. A partir da observação das técnicas de investigação que se estendem ao longo da história do jornalismo impresso brasileiro, verifica-se uma busca pela credibilidade do discurso, legitimado pelo compromisso com a verdade. Entretanto, a constante utilização da internet como plataforma de informação insere modificações na confecção da notícia e na velocidade da divulgação dos conteúdos jornalísticos, que passam a ser publicados sem as checagens e confirmações necessárias. O jornalismo influenciado pela atual geração usuária da *web* também estimula a cultura da convergência e a interação mútua entre internautas e profissionais no processo de produção de conteúdo e conhecimento. Daí a importância de uma análise crítica para discernir *se e quanto* as principais rupturas ocorridas em relação aos procedimentos de apuração *off-line*, influenciam os valores referenciais característicos da profissão.

À minha mãe Yvana Fátima, pelo carinho e conselhos de todos os dias;

Aos meus irmãos: aos mais velhos, pela inspiração; aos mais novos pelo entusiasmo;

Ao André, pelo companheirismo e por provar que nada é impossível;

Ao meu pai Joacyr, que sempre me apoiou e tornou tudo isso possível.

*Jornalista é aquele profissional que precisa
transmitir à população fatos que julgue pertinentes.
É um pesquisador, ainda que com caráter generalista,
motivado com o motor da interrogação: um curioso
profissional.*
(Henrique Rodrigues, poeta)

*De todas as profissões, se um jovem estiver
interessado em honestidade e não em ganhar
muito dinheiro, eu aconselharia o jornalismo,
que lida com a verdade e tenta disseminar a verdade.
Acho uma profissão honrosa e honesta. Tenho orgulho
de ser jornalista.* (Gay Talese, jornalista norte-americano)

Sumário:

1. Introdução

2. História da apuração jornalística na imprensa brasileira

2.1 Uma análise histórica da pesquisa e produção da notícia no Brasil

2.2 Jornalismo em revistas semanais: lições de pesquisa e reportagem

2.3 Quando o jornalismo encontra a *World Wide Web*

3. O fato e a notícia na internet.

3.1. O impacto das ferramentas digitais na apuração jornalística

3.2. O surgimento de um novo copidesque

3.3. Novos desafios da apuração: uma relação entre o tempo e a qualidade da
informação

4. A construção do conhecimento e da memória

4.1 Arquitetura da informação digital: jornalismo colaborativo e convergência de mídias

4.2 Antigas técnicas para um jornalismo de qualidade

5. Conclusão

6. Referências Bibliográficas

1. Introdução

Até o início da década de 1990, pouco se discutia sobre o jornalismo *online*. Os primeiros estudos acompanhavam as tecnologias que se desenvolviam para a *web*, mas poucos pensavam que em menos de 20 anos, as novas ferramentas iriam provocar mudanças tão significativas na produção e publicação das informações, que se mantiveram quase as mesmas desde os primeiros dias do jornalismo moderno até a chegada a *World Wide Web*.

O jornalismo que conhecemos hoje se confirmou como fornecedor de informações privilegiadas e legitimadas. Inicialmente, as experiências vividas *in loco* eram disseminadas oralmente, sobretudo em locais públicos, como cafés e bares. Na Inglaterra, eram os donos de bares (conhecidos como *publicians*, ou donos dos *pubs*) que estimulavam histórias de viajantes e posteriormente as registravam em um livro, constituindo um dos primeiros materiais informativos do início do século 17.

Não levou muito tempo para surgirem os primeiros jornais, e também teorias de livre expressão e de liberdade de imprensa, que começavam a apontar no século 18, influenciados pelo pensamento iluminista de divulgação de descobertas científicas. No Brasil, apesar do atraso de um século da chegada da imprensa, foram impressas publicações influentes na sociedade, tais como o “Correio Braziliense”, “Gazeta de Notícias”, e publicações que existem até hoje, como “Jornal do Brasil” e “Jornal do Commercio”.

Essenciais para a difusão de ideias e publicações de acontecimentos (mesmo que se resumissem em notícias da corte ou do governo), os jornais perceberam diversas maneiras de se fazer jornalismo. Ele poderia ser mais didático e explicativo, literário, especializado, como é caso do jornalismo econômico e científico, e ainda, poderia ser sensacionalista. No entanto, todos eles seguiam uma fórmula de apuração e confecção das reportagens, que se baseava no contato com fontes confiáveis, relatos de cidadãos e pesquisas em livros, artigos e enciclopédias.

Mas a evolução dos meios de comunicação pôde levar a apuração jornalística para mais além. Com o surgimento de tecnologias como o rádio e a televisão, os

profissionais dedicados às notícias conheceram novas formas de divulgação, que juntas, seriam capazes de levar conteúdos jornalísticos para um país inteiro - ou até mesmo para todo o mundo, após a invenção dos satélites - comprovando o conceito de Aldeia Global, cunhado pelo sociólogo canadense Marshall McLuhan.

No entanto, a relação com o público - ainda passivo em relação às informações que recebia - e as práticas mais fundamentais da apuração continuavam as mesmas. Para reportagens no rádio ou na TV, o jornalista deveria consultar fontes, especialistas, assessorias de imprensa, fazer pesquisas em bibliotecas ou bancos de dados. Tudo isso acompanhado de gravações (no caso do rádio), ou de imagens (para a TV).

Apesar da importância destes dois veículos para a história do jornalismo, este trabalho terá como foco principal a evolução da produção jornalística desde sua elaboração em veículos impressos, como jornais, revistas e periódicos, até a chegada da internet, que oferece milhares de novas ferramentas e uma maneira diferente de divulgação das informações.

Atingidos por uma crescente perda de público, os jornais impressos tentam explorar novas maneiras de atrair seus leitores, cada vez mais atraídos pela instantaneidade e interatividade possibilitada pelo meio digital. Além disso, são fascinados pela convergência dos meios de comunicação proporcionada pela internet. Ao mesmo tempo em que leem e discutem uma notícia, ouvem comentários de especialistas em rádios gratuitas na *web* e ainda assistem ao vídeo enviado por uma testemunha do fato reportado.

É neste meio de bilhões de bits e *hiperlinks* da internet que os jornalistas encontram vastas possibilidades de publicações, como também uma interminável oferta de conteúdos, participações e linguagens. Na *web*, a heterogeneidade global de conhecimentos cresce a cada segundo. Como em uma gigantesca biblioteca em constante atualização, a internet transmite em um curto espaço de tempo, informações digitais para internautas de todo mundo.

Esta característica é revolucionária tendo como ponto de vista as vastas possibilidades oferecidas pelas diferentes opções de pesquisas, lideradas pela *Google*, que não só oferece esta ferramenta, mas dezenas de outras que facilitam a navegação dos usuários. Porém, a multiplicidade transforma em desafio a árdua seleção dos melhores conteúdos a serem publicados nos meios de comunicação.

A seletividade torna-se ainda mais complicada diante da imposição do tempo real e da vigente organização empresarial que controla economicamente o ambiente

digital. Afinal, mais do que nunca o jornalismo é ser um negócio lucrativo, e as grandes corporações de comunicação passam a investir na formação de monopólios para controlar a inserção dos conteúdos. O resultado deste jornalismo, no entanto, não agrada a todos, especialmente os recém-chegados no mundo digital que ainda estão acostumados com a precisão e a credibilidade publicada nas páginas impressas. É comum, por exemplo, observar comentários de leitores-internautas insatisfeitos com o conteúdo que encontram na *web*. Suas reclamações mais constantes são sobre má qualidade da apuração e erros (ortográficos e da própria apuração) que são publicados.

Tendo em vista as novas ferramentas e a elevada participação dos internautas na produção jornalística, esta pesquisa será direcionada para avaliação dos limites das pesquisas *on-line*, e como os jornalistas devem ter cuidados redobrados ao publicarem informações divulgadas em fóruns, *blogs* e redes sociais. Torna-se importante para a profissão jornalística, portanto, a valorização de suas técnicas mais fundamentais de apuração, de modo que os novos jornalistas passem a elaborar reportagens de qualidade que serão incluídas na *World Wide Web*, e assim, contribuam para o enriquecimento dos conteúdos da rede.

Para uma compreensão das atuais formas de apuração jornalística na *web*, esta pesquisa buscará inicialmente suas origens. Por isso, o capítulo 2 detalha algumas das primeiras técnicas do jornalismo brasileiro, justamente desenvolvidas em função tanto da chegada de tecnologias ao país, como às necessidades dos leitores, que se interessaram pelas notícias impressas à medida que se alfabetizavam. São analisadas ainda, as produções diferenciais das reportagens para revistas, já que suas maneiras de fazer reportagens foram inovadoras e ainda geraram oportunidades para o fotojornalismo. Finalmente, o capítulo aborda ainda alguns dos primeiros impactos causados pela chegada da internet às redações, e dá início às discussões a respeito das apurações digitais.

No capítulo 3 são abordadas as primeiras teorias da informação para a internet e seu uso como instrumento de pesquisa, além do surgimento da Reportagem Assistida por Computador (RAC), que utiliza ferramentas digitais para ampliar o alcance da apuração jornalística. O capítulo mostra como as novas ferramentas modificam a apuração, a partir dos pontos de vista dos pesquisadores Tom Koch e Elias Machado. No contexto gerado pela quarta geração da *web*, os jornalistas se deparam com o crescente “ativismo” dos internautas e a multiplicação de fontes, geradoras de uma “interação mútua”, como define o pesquisador Alex Primo. O tempo, um dos influentes

fatores para a qualidade do jornalismo digital, é ilustrado pelo caso da experiência do estudante irlandês Shane Fitzgerald, que decidiu inventar e postar na *Wikipedia* uma frase supostamente dita por um compositor, fazendo com que jornalistas em todo o mundo publicassem uma farsa.

Tendo em vista facilidades ou dificuldades, a eficiência e a rapidez da comunicação digital em redes, torna-se importante uma investigação sobre as aplicabilidades da tradicional apuração jornalística na internet, cujas características são abordadas no capítulo 4. A arquitetura e da informação, organizada principalmente pela convergência das informações é discutida pelo pesquisador Henry Jenkins, e a interseção entre jornalismo, internet e memória é estabelecida por Marcos Palacios.

A pesquisa, portanto, propõe a partir da iniciativa de reconhecimento e valorização de uma apuração jornalística de qualidade, a introdução destas técnicas nas reportagens que serão produzidas para *web*. Deste modo, haverá uma cíclica contribuição – um *feedback* - para a distribuição do conhecimento, pois outros jornalistas e até mesmo os internautas que consultarem este material terão em seus computadores um conteúdo cuja qualidade será referencial para os próximos textos elaborados por eles.

2. História da apuração jornalística na imprensa brasileira

A imprensa surge no Brasil quando o país recebe alguns dos mais importantes alicerces para a evolução da sociedade. O ano de 1808 não só trouxe a Família Real portuguesa como também as primeiras universidades, os primeiros livros, as indústrias e o comércio – impulsionado pela abertura dos portos às nações amigas.

As primeiras publicações impressas no Brasil eram ainda primárias e simples, comparadas aos periódicos de grande influência intelectual de países como Estados Unidos, França e Inglaterra, e até mesmo alguns países latinoamericanos, como o Peru¹. No início do século XIX, os Estados Unidos, por exemplo, já contavam com inúmeros avanços políticos democráticos, e um número crescente de jornais e periódicos.

Lá, a imprensa do XIX já apresentava um retrato daquela sociedade, e contabilizava mais de 500 periódicos² elaborados e influentes. Além da imprensa livre, a América do Norte possuía instituições culturais e sociais solidificadas, e processo eleitoral avançado. Representavam algumas das maiores provas de progresso da sociedade democrática, e é claro, capitalista (LUSTOSA, 2003).

Historiadores revelam uma tendência importante: quanto mais democrática uma sociedade, maior é a tendência para dispor de mais notícias e informações. À medida que as sociedades se faziam mais democráticas, inclinavam-se na direção de uma espécie de pré-jornalismo. A democracia mais antiga, a grega, se apoiava em um jornalismo oral, no mercado de Atenas, no qual “tudo o que era importante para o interesse do público ficava ao ar livre”, segundo o professor de jornalismo John Hohenberg. (KOVACH e ROSENTIEL, 2003:36)

Enquanto isso, antes de 1808 o Brasil recebia apenas publicações estrangeiras, muitas trazidas da metrópole e sob a censura dos portugueses. A impressão de qualquer livro ou periódico na colônia era proibida, apesar dos contrabandos realizados ocasionalmente (SODRÉ, 1966:47). Afinal, os colonizadores não desejavam a disseminação de ideias democráticas ou liberais na colônia.

¹ Associação Nacional dos Jornais. *Dois séculos de Imprensa*. Disponível em <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianobrasil/arquivos-em-pdf/Imprensa_Brasileira_dois_seculos_de_historia.pdf>. Acesso em: 22 de setembro de 2009.

² 19th Century U.S. Newspaper Collection. Disponível em: <<http://www.gale.cengage.com/pdf/facts/19CentUSNews.pdf>> Acesso em: 10 de outubro de 2009.

Com a chegada da Imprensa Régia, surgiram em solo brasileiro os primeiros jornais, como “A Gazeta do Rio de Janeiro”, um periódico oficial da corte fundado em 10 de setembro de 1808. Muitos dos textos eram trazidos da “Gazeta de Lisboa”, enquanto outros eram traduzidos de publicações inglesas. Em outras palavras, um jornal que apesar de informativo, possuía com um conteúdo pouco atrativo para a maioria dos leitores, e ainda com um jornalismo distante das práticas e técnicas de apuração.

Um periódico que marcou a chegada da imprensa no Brasil foi o “Correio Brasiliense”, jornal classificado pelo historiador Nelson Sodré como “doutrinário e não noticioso” nascido das tecnologias londrinas, mas completamente escrito em português e direcionado aos brasileiros e portugueses nascidos no Brasil (LUSTOSA; 2003:10). Seu autor, Hipólito José da Costa Furtado de Mendonça, diplomata e membro da maçonaria, é considerado o primeiro jornalista brasileiro.

2.1 Uma análise histórica da pesquisa e produção da jornalística no Brasil

Hipólito da Costa inaugurou seu “Correio Brasiliense” em 1  de junho de 1808 em Londres. Ao contrário do Brasil, a Inglaterra era um país livre de censura e além da liberdade da imprensa, possuía inúmeras máquinas a vapor que já imprimiam jornais em escala industrial. Possuía ainda um Parlamento sólido, que limitava os poderes do rei. Hipólito da Costa beneficiava-se de todas estas vantagens para fazer críticas   administração portuguesa no Brasil em seus textos (LUSTOSA, 2003:14).

Apesar de ser fisicamente distinto dos jornais e per dicos tais quais conhecemos hoje, já apresentava algumas das principais funções fundamentais do jornalismo, especialmente o jornalismo especializado. Entre os principais fatores, se destacavam no texto detalhado de Hipólito a preocupação com a pesquisa e credibilidade, a difusão do conhecimento e a elaboração da opinião. Um trecho publicado em um exemplar de 1819 do “Correio” exemplifica a posição do jornalista diante de uma “finalidade moralizadora”:

Temos tido grandes dificuldades porque escrevemos em um país estrangeiro, mais distante do nosso, já porque escrevemos contra os defeitos da administração, todas as pessoas em autoridade, principalmente as em que se fala diretamente, devem ser inimigos desta obra e embaraçar-lhes os meios de obter informações aut nticas. (COSTA, *apud* SODRÉ, 1966:27)

O “Correio” possuía tamanho e conteúdos diferentes dos jornais que existem atualmente, mas apresentava um caráter didático característico do jornalismo especializado, por exemplo, além de valorizar a opinião de seu autor. Sua apuração, tal qual uma pesquisa científica, deveria ser minuciosa. Inspirado na cultura europeia ainda imersa no contexto do Iluminista de divulgação do conhecimento científico, Hipólito da Costa fazia um jornalismo com características de “educador”, buscando desta maneira, suprir a falta de livros e escolas no Brasil por meio de seus escritos e relatos.

Portanto, o “Correio Brasiliense” possuía características de um livro didático, mas dividia os textos em seções semelhantes às editoriais, como “política”, “comércio”, “arte”, “ciência”, “literatura” entre outros, com o objetivo de organizar a leitura e sua própria pesquisa. Comentada pela historiadora Isabel Lustosa como a parte mais interessante do jornal, “Reflexões sobre as novidades do mês” refletem claramente o jornalismo opinativo, já que era nesta seção que Hipólito da Costa escrevia uma espécie de editorial e comentava fatos reportados no próprio jornal.

Em cerca de 100 páginas, o “Correio Brasiliense” chegava ao Brasil para valorizar a educação. Naquela época, o jornalismo “didático” era a solução para um país que apresentava a cifra de 84% de analfabetos — quase a mesma porcentagem de população alfabetizada na França no final do século XIX (PAIXÃO, 1996).

Era, principalmente, nas “Reflexões” que Hipólito apresentava suas análises críticas sobre as notícias. Mas, ele eventualmente comentava as notícias que inseria nas outras partes. Naquelas, ele apresentava a reprodução de documentos e boletins oficiais e notícias que circulavam nas gazetas da Europa. (...) Naturalmente que suas ideias políticas sobre temas que diziam respeito à ordem mundial: avanço de Napoleão na Europa, independência das colônias espanholas, desenvolvimento dos Estados Unidos, etc, serão tratados como assuntos relacionados com o tema central. Na medida em que acreditamos que o projeto de Hipólito era para o Brasil, se constituía tendo por base a observação da realidade abrangente³.

Não só a seção “Reflexões”, mas todas as outras de “O Correio” escritas por Hipólito representavam o processo cuidadoso de pesquisa, estudo e leitura de materiais estrangeiros que consistiam em um trabalho de apuração jornalística, apesar de ainda limitado em função da inexistência de tecnologias de informação que hoje influenciam a

³ LUSTOSA, Isabel. Hipólito da Costa e o Brasil: projetos para uma pátria imaginada. 2007. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/faperj/Hipolito_da_Costa_Brasil.pdf. Acesso em 25 de setembro de 2009.

profissão. Seu principal defeito era justamente ser impresso no exterior, e por consequência, não acompanhava, sentia e transmitia o que interessava aos brasileiros. (SODRÉ, 1966:32)

Desde seu primeiro exemplar, o autor fazia uma análise crítica dos fatos e descrevia seus principais ideais. Além dos assuntos internacionais de interesse aos “brasilienses” (como eram conhecidos os portugueses que nasceram ou eram naturalizados brasileiros), Hipólito defendia o trabalho livre em detrimento do trabalho escravo no país, e deseja a presença de um governo sólido, com transparência em contas públicas e o mais importantes, liderança.

No ano de 1821, a imprensa brasileira inaugurou mais um capítulo ao ganhar a liberdade de expressão, graças à redução de censuras da Corte, que em 1822 voltou para Portugal. Deste período até 1823, surgem 16 novos jornais. Afinal, o fim da censura prévia contribui para o início um trabalho de luta pela independência por intermédio do jornalismo de opinião.

Periódicos como o “Despertador Brasiliense”, “A Malagueta” e “O Espelho”, que publicavam textos de estímulo à permanência de D. Pedro I. Muitos deles imprimiam verdadeiras lutas políticas, defendiam ideais fervorosos e, como define a historiadora Isabel Lustosa, publicavam verdadeiros “insultos impressos”.

Tal característica editorial era comum para o quadro político que o país enfrentava antes de sua independência. Com o tempo, a postura do jornalismo iria mudar, e alcançar as características informativas que já estavam presentes na imprensa europeia e americana. Para relacionar as técnicas de reportagem com as possibilidades existentes na apuração jornalística, Nelson Sodré destaca alguns veículos de massa durante a metade do século XIX nos Estados Unidos e na Europa.

Muitos periódicos, como o *Times*, por exemplo, já estavam atrelados aos anúncios publicitários. Pela primeira vez, os jornais estavam sucumbindo aos processos capitalistas de produção de notícias em parceria com o avanço tecnológico. Tal característica perdurou até se solidificar na chegada da grande imprensa, e atualmente é ainda mais evidente em grandes veículos. Neste momento, surgem os grandes monopólios de comunicação, que iniciam o investimento no jornalismo como um negócio altamente lucrativo, e acabam por influenciar a qualidade do conteúdo publicado. No entanto, cabe aos jornalistas buscarem saídas em busca de maior credibilidade e qualidade na apuração.

Em 1º de junho de 1821, quase um ano antes da proclamação da independência, foi inaugurado no Brasil o “Diário do Rio de Janeiro”, o primeiro jornal que era, de fato, informativo (SODRÉ, 1966:58). Ele era redigido pelo português Zeferino Vito de Meireles, que anteriormente havia trabalhado na Imprensa Regia. Com notícias locais sobre variados temas, a proposta era inserir o máximo de informações possíveis, além de uma seção com classificados. Portanto, quanto maior fosse a apuração, melhor para a credibilidade do jornal. Sem preocupações ou foco na política, a publicação não tinha problemas com a censura.

É no período posterior à independência que, como define Sodré, os jornais no Brasil começam a “brotar vida”, e surgem os periódicos mais informativos do que políticos. Como define a historiadora Isabel Lustosa, no período da independência “eram raros os jornalistas profissionais, ao contrário do que se já conhecia na Europa”, e o próprio cenário social, político e cultural do país contribuía para estas características da nossa jovem imprensa.

Muitos padres acumulariam a condição de eclesiásticos e funcionários públicos e jornalistas. A redação de “A Gazeta do Rio de Janeiro” era uma mistura de redação propriamente dita com repartição pública e claustro, não só por conta do grande número de funcionários públicos e padres que nela escreviam como por, apesar de se classificar como um empreendimento de particulares, funcionava em uma secretaria de governo. (LUSTOSA, 2003:57)

Um dos jornais de maior sucesso no período pós-independência foi o “Jornal do Commercio”, fundado em 1º de outubro de 1827 pelo francês Pierre Plancher, no Rio de Janeiro. No contexto, três anos após a promulgação da primeira Constituição brasileira, em 1824, surgiu ainda um jornal denominado “A Aurora Fluminense”, fruto do informativo “Diário do Rio de Janeiro”. Esta publicação foi importante para sua época, segundo Sodré, por apresentar sinais de um jornalismo imparcial em seu texto.

O “Jornal do Commercio”, que segue sendo publicado com seus 182 anos, foi o segundo periódico a explorar este novo rumo do jornalismo no Brasil, e conseguia superar o “caráter efêmero” dos outros jornais da época ao publicar edições diárias e ininterruptas. Apesar de ter o comércio como foco principal de sua redação, o jornal também se ocupava em divulgar importantes elementos da política. Seus principais redatores conheciam a fundo os assuntos que reportavam, tornando a apuração mais simples e a redação mais rápida.

Seu corpo redacional sempre tem sido integrado por notáveis da literatura, da política, da economia, da diplomacia. Acompanha a evolução dos tempos, absorvendo continuamente as novas etapas do conhecimento, numa adaptação incessante para proporcionar aos seus leitores o exato aspecto das diversas fases conjunturais, dentro da diretriz a que se propôs, sem admitir vulgarização do sensacionalismo. (CHAMILETE, 1998)⁴

Outras ferramentas que auxiliaram o desenvolvimento da apuração jornalística no Brasil e no mundo foram as agências de notícias. Criadas para transmitir notícias curtas, da maneira mais rápida possível, em fluxos de mensagens objetivas, que iam sendo atualizadas conforme os jornalistas recebiam as informações. As precursoras desta nova atividade jornalística lucrativa foram a Agência Havas (France-Presse – AFP, após a Segunda Guerra Mundial), surgida em 1835, e a britânica Reuters, baseada em Londres e inaugurada por um dos fundadores da AFP, Julius Reuter. (AGUIAR, 2008)

No Brasil, até 1874 todas as notícias do exterior que eram publicadas nos jornais chegavam por intermédio de cartas. No entanto, nesse ano, a Havas instalou no Rio de Janeiro sua primeira sucursal para facilitar, por telegramas, a publicação de notícias e diminuir a grande diferença de tempo que existia entre os acontecimentos no exterior e a publicação no Brasil. Com a novidade, muitos jornais inauguraram suas primeiras seções internacionais. (SODRÉ, 1966:247)

Para publicar informações ainda mais completas e contextualizadas, o “Jornal do Commercio” investiu no primeiro correspondente internacional brasileiro, José Carlos Rodrigues, que foi enviado para Nova York. Tal iniciativa retrata até hoje o interesse do de veículos em relação à veracidade de suas notícias, ainda que hoje a internet exerça o papel de disseminar as fontes ao redor de todo o mundo.

Pombos-correios, telégrafos, telex, e posteriormente transmissão eletrônica e digital de dados, foram formas de transmissão de notícias que evoluíram para facilitar a e acelerar forma de se obter a informação jornalística. Tais formas não são as únicas, mas são importantes aliadas na busca pela pesquisa de dados e informações corretas

⁴ A História do Jornal do Commercio desde 1827, por José Chamilete (1918-2001) - Diretor do Jornal do Commercio do Rio de Janeiro, texto redigido em janeiro de 1998. Disponível em: < <http://www.jornaldocommercio.com.br/>>. Acesso em 8 de outubro de 2009.

para a notícia. No entanto, quanto mais rápido se consegue obter a informação, mais se eleva o risco de sua credibilidade.

Em 1891 a apuração jornalística ganha um impulso com a inauguração do “Jornal do Brasil” e finalmente com a chegada da grande imprensa no país. Maiores investimentos nos veículos de comunicação contribuíram diretamente para reportagens de maior qualidade, além é claro, da melhoria de qualidade dos recursos tecnológicos, tais como tipografias, impressões e papéis para a manufatura dos jornais em maior escala.

O “Jornal do Brasil” surgiu inserido em um contexto político diferente de periódicos de sucesso anteriores, já que ele foi lançado três anos após a proclamação da República. Os mais importantes jornalistas deste período possuíam importante participação política e eram influentes com suas ideias publicadas nos jornais. Um desses personagens que contribuiu para renovações do texto jornalístico e na própria apuração foi o ministro Quintino Bocaiuva. Sobre Bocaiuva, Sodré escreve:

Figura mais importante do periodismo republicano (...), com autêntica vocação para o jornalismo permitira a Quintino, desde os bancos acadêmicos, impor-se nessa atividade. Escritor, homem culto, personalidade marcante (...) e Republicano convicto, teve o reconhecimento da importância que a imprensa tivera no advento do novo regime. (SODRÉ, 1966:288)

Tais como Bocaiuva, outros importantes jornalistas do período Republicano não exerciam a profissão tal qual ela existe hoje. Em sua maioria, eram intelectuais, escritores, ministros, diplomatas e até mesmo maçons que adquiriam informações privilegiadas, e como eram letrados, disponibilizavam nos jornais melhores textos. Não foi por acaso, por exemplo, o sucesso de folhetins escritos por grandes escritores da época. No entanto, em visita ao Brasil como correspondente de um jornal parisiense, o jornalista francês Max Leclerc reportou suas principais impressões da imprensa Republicana, que ainda teria muito para evoluir.

Nos jornais mais lidos, o espaço deixado à redação é ainda muito restrito e, nesse campo já diminuto, se esparramam diminutas notícias pessoais, disques-disques e fatos insignificantes; o acontecimento importante não é, em geral, convenientemente destacado, porque ao jornalista como ao povo, como ao ex-imperador, falta uma concepção nítida do valor relativo dos homens e das coisas. Carecem de um critério, de um método. A imprensa em conjunto não procura orientar a

opinião por um caminho bom ou mau; ela abandona o povo à sua ignorância e apatia. (LECLERC, *apud* SODRÉ, 1966:288)

Apesar das críticas, o jornalista cita a importante participação do brasileiro Ferreira de Araújo, redator-chefe do jornal “Gazeta de Notícias”. Segundo Leclerc, seu maior mérito era ter “a ideia justa da verdadeira missão do jornalismo”, pois possuía a mente aberta e estava sempre disposto a apresentar e debater importantes questões em seu jornal.

Com a chegada do século XX, finalmente o Brasil iria conhecer o jornalismo como empresa, e ocorreram profundas mudanças no plano de produção jornalístico, na circulação dos periódicos – que se tornou muito mais elevada -, e ainda na relação com anunciantes e com os leitores (SODRÉ, 1966:315). Naturalmente, o “fazer jornalístico” ganhou mais espaço e surgiram os primeiros conglomerados de comunicação. Nas páginas dos jornais, havia o apelo sensacionalista para buscar um número cada vez maior de leitores⁵.

Verdadeiros veículos de influência e destaque no jornalismo deste período podem ser exemplificados com o nascimento do jornal “O Globo”, em 1925 e dos “Diários Associados”, o primeiro conglomerado de imprensa no Brasil, que surgiu com “O Jornal” em 1924 sob o slogan “A vida com mais conteúdo”. Tal período de ascensão das empresas jornalísticas acompanhou o desenvolvimento das relações capitalistas no Brasil e, é claro, da maior participação da burguesia na sociedade. (SODRÉ, 1966:371)

Apesar do surgimento dessas grandes empresas, desapareceram os pequenos jornais que não conseguiam competir com as altas tiragens dos concorrentes, os maiores investidores em equipamentos e impressoras no exterior para montar gigantescos parques gráficos. Segundo Sodré, além da redução da variedade de jornais no Brasil, os veículos empresariais trouxeram ainda sua definida posição política diretamente para as reportagens, influenciando o ponto de vista dos jornalistas e os processos de apuração.

Jornalistas e política sofreram intensos embates ao longo da história do jornalismo no Brasil, majoritariamente em função de restrições submetidas por regimes ditatoriais e censuras à imprensa. Durante o Estado Novo de Getúlio Vargas (que vigorou entre 1937 a 1945), o controle era feito pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (D.I.P.), que não só abrangia a imprensa como todas as manifestações

⁵ BARBOSA, Marinalva. **O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira**. Revista Ciberlegenda, nº 7, 2002. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/marial6.htm>>. Acesso em 10 de outubro de 2009.

culturais. A mesma ideia foi aplicada entre os anos de 1964 a 1985, período da Ditadura Militar no Brasil. Seu ápice foi o Ato Institucional Número 5, redigido em 1968 para fortalecer ainda mais o regime com a censura previamente implantada, dificultando o trabalho de apuração dos jornalistas na época, especialmente os investigativo.

2.2 Jornalismo em revistas semanais: lições de pesquisa e reportagem

Como obter, portanto, informações jornalísticas corretas e precisas? Um dos obstáculos que periódicos diários impressos enfrentavam (e até hoje enfrentam) é o tempo. Muitas vezes, o fechamento das edições impossibilita uma análise mais detalhada dos fatos noticiados, e quase não havia também, espaço para o fotojornalismo. Notava-se que faltava o espaço para grandes reportagens, entrevistas e coberturas mais elaboradas de situações sociais ou até mesmo o desenvolvimento de pequenos fatos diários que não recebiam a atenção necessária.

No entanto, a apuração jornalística no Brasil encontra oportunidade plena para se desenvolver quando surgem as primeiras revistas. A maioria, é claro, era inspirada em modelos de sucesso estrangeiros, e possuíam altas tiragens em função da valorização de imagens e textos mais elaborados.

Sobre a origem e a importância das revistas no Brasil para a apuração jornalística, o jornalista Cláudio Henrique⁶ descreve a respeito do diferencial no texto e na imagem. Uma das principais funções das primeiras revistas foi mostrar justamente o que o jornalismo diário – impresso nos jornais – não tinha tempo para revelar: fatos com múltiplas análises, furos de reportagem e assuntos gerais, sempre com um texto mais completo e rebuscado.

O termo “revista”, segundo os dicionários, tem origem no inglês *review*, cuja tradução mais adequada aqui é “rever”, “fazer uma segunda leitura de alguma coisa. A palavra teria sido usada pela primeira vez com esta intenção em 1704, quando o escritor inglês Daniel Defoe – autor do clássico *Robson Crusoe* – lançou em Londres a publicação *A Weekly Review of the Affairs of France*. (HERIQUE,2002:127)

⁶O jornalista Cláudio Henrique (ex-diretor da sucursal da revista “Época” no Rio de Janeiro e editor da Revista de domingo do jornal “O Globo”), escreveu um histórico sobre a origem das revistas e periódicos no Brasil no livro organizado por Álvaro Caldas **Deu no Jornal: O jornalismo impresso na era da internet**. Rio de Janeiro. Ed. PUC Rio, São Paulo: Loyola 2002.

De fato, as primeiras revistas brasileiras também apresentavam ao leitor a possibilidade de revisar os principais assuntos da semana por intermédio de textos mais longos e explicativos, além de uma maior valorização da imagem. Nas primeiras revistas, aliás, o fotojornalismo e as ilustrações eram o mais importante, e frequentemente eram publicadas em páginas inteiras, acompanhadas apenas de textos que representavam as legendas.

Em 1876 foi lançada a revista “A Semana Ilustrada”, que alcançou altas tiragens e um elevado volume de vendas. Apesar do apelo com as imagens, a publicação revolucionou a imprensa, e recebia boas críticas de escritores e intelectuais. Monteiro Lobato documentou:

Não houve, no passado da imprensa brasileira, publicação de mais nítida posição nem de mais alta expressão documental duma época de nossa história, ao ponto de se constituir inegavelmente das fontes mais seguras e ponderáveis para seu conhecimento e análise. (SODRÉ, 1966:251 e 252)

Posteriormente, impulsionadas com a inauguração da grande imprensa, surgem inúmeras outras revistas que abordavam temas diferentes dos ocasionais publicados no jornalismo diário. A “Revista da Semana”, lançada em 1901, foi a primeira a se preocupar efetivamente com o conteúdo das notícias. Uma das reportagens intitulada “A Rua”, entrou para a história ao ser escrita por Eugênia Brandão, considerada a primeira repórter do Brasil que, com apenas 16 anos, relatou o cotidiano de jovens enclausuradas em um convento.

Grandes reportagens como a de Eugênia foram comuns nas revistas brasileiras e são os melhores exemplos para o exercício da profissão jornalística em seu aspecto mais abrangente. Além disso, as publicações eram distribuídas em todo o Brasil, e ainda possuíam uma melhor qualidade de impressão, o que tornava a leitura uma atividade mais agradável. Publicação marcante na história do jornalismo brasileiro foi a revista “O Cruzeiro”, que levou às bancas de todo o país um formato inovador na imprensa da época: grandes reportagens de abrangência nacional.

“Cruzeiro” inaugurou na década de 20 do século XX, o binômio repórter-fotógrafo e alcançou a marca de 720.000 exemplares em 1954 (HENRIQUE, 2002:140). Além de colunas memoráveis e fotografias de páginas inteiras, a revista ganhou inúmeros prêmios por suas reportagens consideradas fiéis e inovadoras. As matérias,

muitas vezes, retratavam a visão ousada do dono do empreendimento, Assis Chateaubriand.

As duplas de jornalistas e fotógrafos saíam pelo Brasil em busca de grandes histórias que ainda não haviam sido contadas. Apesar de todo o tempo disponível para a apuração, a revista se inclinava para o sensacionalismo. Com isso, em muitas situações a credibilidade da revista foi questionada, como destaca Henrique: “Uma indiscutível escorregada que ficou gravada nas páginas foi a publicação, em 1952, de um suposto disco-voador na Barra da Tijuca. Oito páginas.”

Outra reportagem de sucesso intitulada "Enfrentando os Chavantes" [sic], publicada em 24 de junho de 1994, popularizou o estilo de apuração jornalística e de reportagem da revista. Os relatos do repórter David Nasser e as fotografias de Jean Mazon vinham carregados de simbologia e misticismo, em uma tentativa de descrever os índios da tribo xavante, ainda pouco conhecidos naquela época.

Utilizando uma narração literária, a dupla se incluiu na história e descreveu detalhadamente o “ataque” dos indígenas, ainda que com uma visão relativizada. De certa forma, eles ilustram a apuração com impressões dos jornalistas para promover “mundos virtuais na imaginação dos leitores”. (MOTTA, 2002) Portanto, quanto mais fiel e realista fosse o relato, melhor seria a compreensão da notícia.

Esta e outras reportagens da revista “O Cruzeiro” foram questionadas pelo jornalista Luiz Markloun de Carvalho no livro "Cobras Criadas", que trouxe à tona bastidores da vida de David Nasser e pôs em xeque a veracidade da própria publicação. Carvalho esmiuçou os acontecimentos anteriores e posteriores à reportagem para denunciar uma suposta farsa. Em depoimento ao jornalista autor do livro, um dos editores, Freddy Chateaubriand (sobrinho de Assis Chateaubriand), fez o seguinte relato:

O essencial, a sensação, foi descobrir a tribo e mostrar ao leitor. Se houve algum segredo entre ele (Nasser) e Mazon, eu nem sei. O David não era muito sério não. Se pudesse fantasiar, fantasiava, porque antes de tudo era um sensacionalista. Eles não contavam detalhes, nem eu perguntava. Se ele não voou, não disse nada nem a mim nem a ninguém. Era um sujeito muito inteligente, mas não era muito bom no caráter. (...) Escrevia admiravelmente bem, com uma elegância e estilo admirável. (CHATEUBRIAND, *apud* CARVALHO, 2000:117)

Inaugurada quatro anos após a ditadura militar, a revista “Veja” foi outro veículo preocupado com o conteúdo do jornalismo que publicava. Suas principais vertentes, que possibilitaram alcançar sucesso e altas tiragens eram: talento, investigação e clareza (HENRIQUE, 2002: 146). Para uma cobertura ainda mais completa de suas matérias jornalísticas, a “Veja” não só contratou agências de notícias internacionais, mas ainda levava à sua redação revistas que influenciavam a opinião pública mundial, tais como a *Newsweek*, dos Estados Unidos, e a francesa *Paris-Match*. Em sua primeira edição, a mensagem do editor trazia as principais metas da revista:

O Brasil não pode mais o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, dos esportes, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo de “Veja”. (CIVITA, *apud* HENRIQUE, 2002: 145)

Após o sucesso da “Veja”, surgiram as publicações “Isto É” (1980) e “Época” (1998), que também trouxeram aos leitores inúmeros temas pouco discutidos no jornalismo diário. Com a periodicidade semanal, tinham mais tempo para os furos de reportagem, consultar as fontes mais confiáveis, desenvolver boas ideias, e publicar maior número possível de matérias resistentes ao tempo, sem perder a credibilidade. Algumas reportagens faziam tanto sucesso que batiam recordes de cartas e *e-mails* nas redações (HENRIQUE, 2002:148), e mais do que nunca o público passaria a contribuir com a construção da notícia de uma maneira mais direta.

Em poucos anos, todas as revistas também estariam publicando seus textos, imagens e gráficos em portais na internet, e começariam a explorar as possibilidades da interface, tais como vídeos, comentários e *chats* com especialistas, além de terem a chance de publicar as edições anteriores na íntegra, formando uma verdadeira biblioteca virtual jornalística. Mas não só nas revistas a internet possibilitou uma nova forma de encarar as notícias e a maneira como publicá-las.

2.1 Quando o jornalismo encontra a *World Wide Web*

Apesar de tardia, a chegada do jornalismo digital no Brasil representou um marco para a imprensa, tanto no modo de divulgação quanto para o processo de construção das informações. Ainda que o início da difusão dos computadores pessoais tenha começado no início da década de 1990 do século XX, a interface da *World Wide Web* só começa a ser construída no Brasil em 1995, com a popularização do *software* Windows 95 (FERRARI, 2003), desenvolvido pela *Microsoft Corporation*.

Quando se depararam com esta nova interface, os brasileiros descobriram um novo meio capaz de abrir e multiplicar janelas, tornando, por exemplo, uma pesquisa muito mais simples. Com desenvolvimento da tecnologia da internet, as possibilidades tornaram-se ainda maiores. Interagir com pessoas de todo o mundo em *chats*, criar páginas pessoais, atualizar notícias em tempo real e armazenar uma quantidade gigantesca de informação foram algumas das variadas possibilidades oferecidas na *web*.

No mesmo período, o jornalismo iniciou uma jornada pelas oportunidades do novo veículo. Uma delas foi a criação de uma versão digital do jornalismo existente no suporte de papel, ampliando as maneiras de divulgação das notícias e construindo os fatos em tempo real. Antes da chegada de jornais digitais, no entanto, os jornalistas já utilizavam a internet para enviar e checar *e-mails* e verificar notícias por intermédio de boletins transmitidos a computadores em rede⁷. (MIELNICZUK, 2003:20)

Como define a teórica Luciana Mielniczuk, as primeiras versões digitais dos veículos impressos que surgiram na internet, marcaram a primeira de quatro gerações digitais. Não foi por acaso que os primeiros portais jornalísticos digitais adotaram no slogan o pioneirismo na internet. O “Jornal do Brasil *On-line*” (“O primeiro jornal brasileiro na internet”) e a “Folha de São Paulo *On-line*” (“O primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa”), por exemplo, já previam o potencial da rede ao explorá-la.

Algumas das primeiras questões levantadas pelos jornalistas da *web* eram, de certa forma, primordiais em qualquer tipo de veículo: qual é o tipo de público? O que este público quer ler? E como fazer com que ele absorva a maior quantidade de informação possível em um curto espaço de tempo? Logo os portais jornalísticos perceberam as respostas, e geraram páginas interativas, convidativas, com variada

⁷ Um dos exemplos citados por Luciana Mielniczuk é o programa *Gopher*, um protocolo de redes de computadores criado em 1991 e usado como um mecanismo de busca, organizadas a partir de uma estrutura hierárquica e conectados por meio do *Gopherspace*.

abrangência, personalização. Tudo isso com um custo quase zero para as redações. (FERRARI, 2003:23)

Enquanto nos Estados Unidos os primeiros portais surgiam a partir de sites de busca, no Brasil foram as grandes empresas que impulsionaram os primeiros grandes investimentos na internet. A partir do ano 2000, era clara a preocupação dos primeiros grandes *sites* com o design acessível, a viabilidade financeira e a integração entre conteúdo e qualidade (FERRARI, 2003: 28), além é claro da preocupação primordial da rede em obter um meio fácil e simples de se obter receita por intermédio da publicidade. Foi em busca do melhor conteúdo que os jornalistas exploraram e desenvolveram a rede e até hoje tentam desenvolver melhores maneiras de obter informações verídicas e de qualidade para suas notícias, cuja qualidade pode integrar os processos de apuração.

Atualmente, um dos principais desafios dos jornalistas é justamente encontrar a credibilidade em conteúdos e driblar as informações enganosas que circulam especialmente em *blogs*, microblogs como *Twitter* e sites de relacionamento como *Orkut*, *MySpace* e *Facebook*. Tais fontes são também importantes para os jornalistas em função do contato cada vez mais próximo com o leitor, que não só sugere pautas, mas também participa da própria construção da notícia.

Porém, antes de alcançar as múltiplas possibilidades que existem atualmente, o jornalismo digital enfrentou algumas etapas, definidas como gerações (MIELNICZUK, 2003). A primeira geração ainda não apresentava grandes modificações em relação ao texto, que era idêntico ao publicado no veículo impresso. Com a atualização em tempo real, logo os jornalistas perceberam que este formato ficaria obsoleto, e já na segunda geração os textos passariam a ser muito mais objetivos e curtos.

A segunda geração – *web 2.0*⁸ - surge no final da década de 90 trazendo ao Brasil o aperfeiçoamento da tecnologia, e com ela, as novas maneiras de expandir as notícias no meio digital, por intermédio de *hiperlinks* e comunicação direta com fontes e leitores por *e-mail* ou em tempo real.

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a web começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma

⁸ O termo *web 2.0* é referente à segunda geração da internet, cunhado pela empresa americana *O'Reilly Media*. Nesta fase iniciaram-se as primeiras modificações dinâmicas da *web* e a tendência à troca de informações e surgimento de conteúdo colaborativo por intermédio dos internautas. Foi nesta fase que surgiram os *blogs*, o termo RSS (sigla em inglês para “distribuição realmente simples”) e a *Wikipedia*.

possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates e a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. A tendência ainda é a existência de produtos vinculados não só ao modelo do jornal impresso enquanto produto, mas também às empresas jornalísticas cuja credibilidade e rentabilidade estavam associadas ao jornalismo impresso. (MIELNICZUK, 2003:34)

Já na terceira geração, o ponto de partida do jornalismo é a *web*, feito de maneira semelhante ao das agências de notícias. Na internet as notícias são atualizadas em tempo real, sempre que os jornalistas recebem novas informações a respeito de um fato. Desse modo, o digital passa a pautar o impresso, e as notícias publicadas nos jornais do dia seguinte passam a não ter mais a característica do “novo”, apesar de apresentarem um texto mais elaborado e com análises mais profundas dos acontecimentos.

Outro ponto importante desta geração é essencial para o pleno desenvolvimento da próxima, foi o investimento na velocidade da conexão e o aumento do número de usuários – cerca de 18 milhões de novos internautas integraram a rede em apenas quatro anos⁹ (FERRARI, 2003:17). Rapidamente, a internet ganhou uma nova forma, composta por elementos como a instantaneidade (MIELNICZUK, 2003), a “multimedialidade”, a convergência, hipertextualidade, personalização e memória (PALACIOS, 1999). Tais elementos influenciaram intensamente a maneira de apuração e pesquisas jornalísticas na internet.

Dentre os elementos destacados, a convergência é que a mais influencia o “fazer” jornalístico, afinal, ela vai além da simples integração das mídias (texto, imagem, vídeo, som), é capaz de unir o conhecimento com as possibilidades presentes na *web*. E assim, auxiliar o fortalecimento das regras primordiais da apuração jornalísticas em busca de reportagens completas e interativas seja em veículo impresso ou digital.

É em meio a esta transição que se inicia a quarta geração da internet. Sua principal característica em relação às gerações anteriores é a interação mútua (BELOCHIO, 2009), sustentadas por interrelações existentes entre diversos níveis midiáticos (PRIMO, 2008). É neste meio de modificações e novas possibilidades que os jornalistas da quarta geração encontram o elevado e influente potencial do jornalismo colaborativo.

⁹ Crescimento mundial entre os anos de 1993 e 1997.

É importante destacar que o jornalismo não se conclui na quarta geração, apesar de até agora ela ter sido a mais transformadora em termos de comunicação digital. Seus principais atributos, como a interatividade e mecanismos colaborativos - essenciais para a apuração jornalísticas – serão mais detalhados para a completa compreensão da atividade jornalística, que atualmente não existe sem as ferramentas oferecidas pela internet, tais como os sites de busca, os bancos de dados e as mensagens instantâneas.

3. O fato e a notícia na internet

Ainda que se diferencie pela divulgação de acordo com o veículo, a produção jornalística como um todo não se desvencilha da rede digital. O uso de computadores e internet estão presentes em todos os processos de produção, e agora, todo o jornalismo é digital. As Novas Tecnologias da Comunicação (NTC) influenciam diretamente os conteúdos das notícias, facilitando pesquisas e oferecendo múltiplas variedades de comunicação e troca de informações ao redor do mundo.

Em relação à periodicidade, por exemplo, o jornalismo impresso se distancia do jornalismo *on-line*, e este se submete a uma atualização permanente de suas notícias, sempre em busca da informação mais clara e objetiva para o internauta. No entanto, a voraz necessidade pelas novas notícias e a produção instantânea fazem com que

jornalistas publiquem fatos equivocados, ou acabam por banalizar os acontecimentos, prejudicando os conteúdos e a credibilidade do próprio trabalho.

Segundo o dicionário Houaiss, fato significa “algo cuja existência pode ser constatada de modo indiscutível; verdade”; já a notícia, é “a veiculação de fatos e acontecimentos”. Na internet, tais significados podem se confundir em função das muitas publicações cujo conteúdo não apresenta veracidade comprovada, anulando, assim a verificação, um dos principais elementos do jornalismo.

Em seu infinito espaço composto por bits e códigos binários de informação, a internet é um veículo diferente de todos os outros, já que não apresenta limites para as publicações. Por outro lado, as notícias publicadas na *web* estão distantes de serem elaboradas em função das possibilidades oferecidas pelas NTC.

Tais como os próprios portais, elas devem estar inseridas no contexto de usabilidade, que é definido por rapidez e facilidade. Para Ferrari, as notícias seguem um fluxo constante: devem ser objetivas, simples e com períodos curtos para facilitar ainda mais a leitura e a compreensão do texto. Por outro lado, seguindo esta fórmula o jornalista não desenvolve as múltiplas possibilidades da *web*, e o internauta deixa de adquirir conhecimento completo e necessário para a compreensão da notícia.

Em grandes portais de notícias, é possível perceber a facilidade da publicação de fatos e acontecimentos devido à multiplicação das fontes. Além da apuração feita por jornalistas da redação, há ainda o contato direto com agências de notícias e com os internautas, que comentam, criticam, adicionam informações e muitas vezes, servem como personagens para muitas reportagens, já que estão mais próximos dos acontecimentos e têm o contato facilitado pelas ferramentas digitais. Tais ferramentas, por outro lado, afastam a presença testemunhal dos jornalistas diante dos fatos e deixa a comprovação nas mãos dos leitores, que não perdem tempo em questionar.

Impulsionadas pela interatividade na rede, o fato e a notícia são elementos indivisíveis no jornalismo e devem ser devidamente analisados antes de serem divulgados, lidos, comentados e modificados. Ainda que encontrem na internet a vantagem de ampliar a divulgação das notícias, os jornalistas encaram o desafio de publicar os fatos que interessam seu público e fazer com que este público não só se sinta informado, mas também compreenda a notícia.

O gigantesco meio digital possui o potencial de oferecer melhores serviços e informações a internautas, desde a elaboração do conteúdo até a arquitetura e divulgação da notícia, sem afastar a credibilidade necessária para o jornalismo de

qualidade. Além de simplesmente reproduzir informações lidas em outros *sites*, ou contextualizar por intermédio de grandes portais como o *Google* e a *Wikipedia*, o jornalista deve exercer um papel mediador editorial, tendo em vista a veracidade do fato para a comprovação da notícia. (KOVACH e ROSENTIEL, 2003:40)

3.1 O impacto das ferramentas digitais na apuração jornalística

Jornalista não pode inventar nada. Mas pode usar a imaginação para contar o que sabe ou o que viu. É difícil explicar isso em 140 caracteres. (NOBLAT, 2009)¹⁰

Ao escrever uma reportagem e publicar uma notícia, o jornalista deve ter atenção redobrada na apuração, ainda que ela seja facilitada e pressionada pela rapidez da internet. Apesar de atualmente ser impossível a existência da apuração jornalística distante da *web* (QUEIROGA, 2008), não basta apenas a conexão com as mais diferentes fontes espalhadas pela rede. Deve ser lembrada e considerada a preocupação em garimpar bons fatos e com conteúdos consistentes, tal como o repórter do “antigo jornalismo”, que saía às ruas para obter suas pautas e geralmente, voltava à redação com diversas matérias interessantes. (KOTSCHO, 2004:12)

Diante de um acontecimento, não basta ao jornalista redigi-lo e divulgá-lo. A facilidade oferecida pela internet de potencializar a velocidade das notícias e a publicação para internautas no mundo inteiro não anula as técnicas da apuração jornalística. Ao contrário: é na *web* que as principais teorias da comunicação devem ser discutidas, e as técnicas de reportagem ainda mais valorizadas.

Além da influência da própria internet na multiplicação de redes e informações, o jornalismo encontra nas novas tecnologias diversas maneiras de produção da notícia, e ela passa a influenciar diretamente a produção. Uma destas influências está no Jornalismo Assistido por Computador (JAC)¹¹, uma expressão que engloba o uso de ferramentas como planilhas eletrônicas, sistemas de telecomunicação, programas de processamento de palavras e gerenciadores de bancos de dados para definir a produção eletrônica do jornalismo.

¹⁰ Post do jornalista Ricardo Noblat, em seu perfil no miniblog *Twitter*, uma das novas ferramentas usada e explorada por jornalistas na *web*. Perfil do jornalista disponível em: <http://twitter.com/BlogdoNoblat>

¹¹ Na língua inglesa, *CAJ* (*Computer Assisted Journalism*). Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/jac/o_que_e_jac.html. Acesso em 18 de outubro de 2009

A expressão marca a introdução da tecnologia no próprio fazer jornalístico (QUEIROGA, 2008), já que reconhece os computadores como instrumentos que vão além da ferramenta de profissão, sendo capazes de auxiliar na confecção de matérias e reportagens. Graças às novas tecnologias, as possibilidades são infinitas:

O jornalista hoje pode acessar um banco de dados público pela *web*, baixá-lo para o seu computador, analisar as informações em um programa e, a partir daí, chegar a conclusões interessantes que de outra forma não teria como conseguir ou pesquisar. Isto é, além de produzir notícia exclusiva, ela é mais objetiva, mais bem apurada. Pode também, depois desse trabalho, se comunicar via *e-mail* com um especialista no assunto para criticar os seus resultados - de uma forma mais rápida, prática e barata. Terá realizado então um jornalismo mais preciso, baseado em dados e tratamentos estatísticos, o que com certeza acrescentará qualidade à sua matéria. (QUEIROGA, 2008)

Definido pelo teórico António Fidalgo como um “novo jornalismo tornado possível por intermédio do computador”, o JAC constitui um conjunto de elementos capazes de organizar informações e permitir reportagens mais precisas, especialmente para o Jornalismo Investigativo. A expressão evoluiu a partir do surgimento, justamente, do Jornalismo de Precisão, desenvolvido na década de 60 pelo pesquisador norte-americano Philip Meyer.

De acordo com Elias Machado, o estudo de Meyer demonstra o “descompasso entre o mapeamento conceitual do fenômeno e as demandas da prática profissional”. Por este motivo, buscava nos métodos e pesquisas das Ciências Sociais empregabilidades nas reportagens, e tornava o computador um excelente aliado na organização das informações, permitindo ir além da capacidade de processamento de texto.

Quando aplicado nos anos 60 e 70 o *Precision Journalism*, como recorda Meyer, longe estava de reivindicar mudanças de paradigma no jornalismo, descrevendo a utilização de métodos de pesquisa das ciências sociais como o mesmo velho jornalismo feito com outros meios. “As normas básicas não diferem das que nós sempre temos trabalhado. “Descobrir os fatos e contar o significado deles sem perda de tempo. Se existem instrumentos que nos autorizam a cumprir esta tarefa com maior poder, veracidade e luzes, nós deveríamos utilizá-los ao máximo.” (MACHADO, 2002:3)

Segundo Machado, é com a chegada do JAC que o jornalismo encontra toda pesquisa, apuração e divulgação na fronteira do ciberespaço, e possui ainda a grande vantagem de oferecer ferramentas com baixo custo. Além disso, “permite o uso dos conteúdos das redes nos meios convencionais sem alterações essenciais no conjunto das práticas de todos profissionais dentro das redações”.

Nos Estados Unidos, por exemplo, o premiado jornalista investigativo David Burnham usou fundos não lucrativos e com apoio de algumas universidades criou o software TRAC (*Transactional Records Access Clearinghouse*) que possibilita aos jornalistas examinar documentos do governo por intermédio de investigações feitas completamente por computador¹².

Como descreve o pesquisador Tom Koch (1991), a apuração eletrônica tem como referência a definição de frases e palavras-chaves que descrevem os fatos em primeiro lugar e aproximem o jornalista do contexto da notícia. Para construir um relato contextual destes fatos, o jornalista consulta os bancos de dados eletrônicos. Porém, antes destas possibilidades digitais, os jornalistas deveriam seguir três :principais ordens para obter informações necessárias para a pesquisa:

- 1 – Busca em principais fontes de referência, como dicionários e bibliotecas.
- 2 – Pesquisa de referência geral em livros em artigos.
- 3 – Pesquisa de referência diária em jornais, bancos de notícias e *newsletters*.

Na Tabela I, é possível verificar as modificações entre o primeiro e o segundo modelos de pesquisa:

Tabela I - Principais mudanças na apuração jornalística		
	Modelo clássico	Modelo eletrônico
Ordem geral:	Dicionários e enciclopédias;	Frases e palavras-chave
Referência geral:	Livros e artigos	Bancos de dados digitais e entrevistas
Referência diária:	Referência diária: jornais impressos e <i>newsletters</i>	Jornais digitais e <i>newsletters</i> digitais

¹² O projeto de Burnham pode ser acessado no endereço: <http://trac.syr.edu/>. No site ele armazena e analisa banco de dados, produz gráficos e percentagens de diversas áreas do governo dos Estados Unidos, como por exemplo, imigração, crimes e diversos processos criminais.

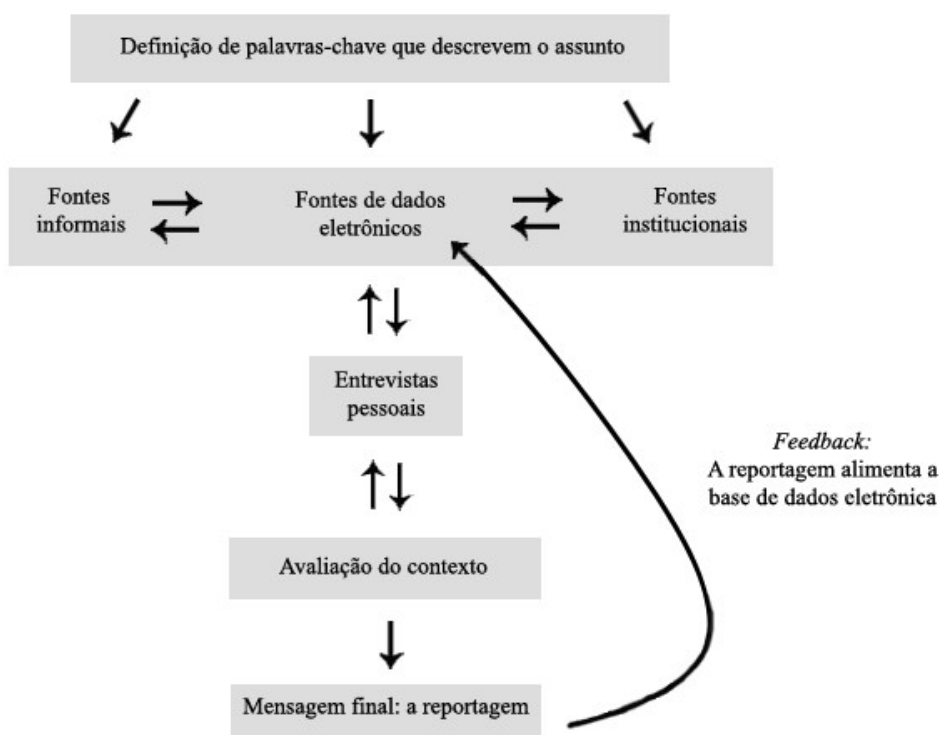
Tabela I - Elaborada com base nos dados divulgados na obra de Tom Koch **Journalism for the 21st Century. On-line information, electronic databases and the news**. West point: Praeger. 1991.

As principais modificações da apuração jornalísticas partem justamente dos bancos de dados eletrônicos. Seu principal diferencial entre as bibliotecas convencionais é a vantagem da digitalização de todos os conteúdos, reduzindo o tamanho físico, e tornando mais simples o acesso à informação, que ganha também mobilidade e pode ser consultado em qualquer lugar do mundo com um computador conectado à internet. (KOCH, 1991)

Além disso, muito antes das influências da quarta geração na *web* e do jornalismo colaborativo, Koch destaca que os livros e artigos presentes nas bibliotecas convencionais constituem sistemas fechados, cujos conteúdos são passíveis e impossíveis de serem alterados ou modificados em tempo real. Sob novas perspectivas de pesquisa, o jornalista passa a ter mais dinamismo para encontrar fatos que deseja reportar, fontes e vasto material para consulta. E ele pode ainda agregar seu próprio conhecimento ao conteúdo pesquisado, fornecendo, portanto, o *feedback*.

Na internet, muitas vezes, algumas informações são limitadas para especialistas em um assunto específico. Mas quando um repórter é convocado para escrever sobre algo que ele desconhece completamente, a busca funciona como um ponto de partida, ainda que restrito e incompleto. (KOCH, 1991:242)

Esquema I – Modelo eletrônico de apuração jornalística



Esquema I - Koch, Tom **Journalism for the 21st Century. On-line information, electronic databases and the news**. West point: Praeger. 1991.

No modelo elaborado por Koch, evidenciam-se os principais elementos necessários para a apuração no jornalismo digital. Em um primeiro momento, são definidas as principais palavras-chave do contexto ou um evento ou acontecimento específico. As palavras são os primeiros parâmetros da pesquisa, e quanto mais específicas e explicativas, maior é a precisão e a qualidade da apuração.

Em segundo lugar, as fontes primárias da pesquisa devem ser consultadas e elas criam um fundamento para o conhecimento geral. É nesta segunda etapa que o jornalista deve se preocupar com a veracidade das informações e com a conquista a credibilidade necessária. Por isso, é primordial o contato com *sites* oficiais, consultas em *press releases* e bancos de dados com conteúdos verdadeiros. (KOCH, 1991)

No entanto, como definiu o teórico Meyer, o novo jornalismo eletrônico deve ser feito “como o bom e velho jornalismo, com melhores ferramentas”. Tal qual ocorre no jornalismo convencional, cabe aos profissionais digitais a definição e classificação das informações de qualidade, especialmente na ocasião da pesquisa. Uma das teorias que deve ser levada em consideração no ciberespaço é a do *gatekeeper*, cuja proposta inicial é selecionar previamente as notícias que devem ou não ser publicadas.

Para o pesquisador Marcos Palacios, na apuração da internet, o *gatekeeping* deve funcionar não como um o filtro de publicação, mas um filtro de seleção dos melhores conteúdos que virão a ser publicados. Ou seja, esta seletiva escolha deve ser feita já na apuração, pois posteriormente irá fazer diferença no momento em que o jornalista envia sua matéria para a *web* ou para um banco de dados. A reportagem servirá como referência e fará o papel representado pelo *feedback* do esquema de Koch. A importância deste *feedback* gera uma grande “memória” virtual, cujas características serão definidas no capítulo 4.

Com o crescimento da massa de informação disponível aos cidadãos, torna-se ainda mais crucial o papel desempenhado por profissionais que exercem funções de “filtragem e ordenamento” desse material, seja a nível jornalístico, acadêmico, lúdico, etc. (PALACIOS, 2003)

Há ainda, na *web* a multiplicação das fontes, existentes agora em escala mundial (MACHADO, 2002:6). Torna-se, portanto, necessário o estabelecimento de critérios em fontes oficiais, oficiosas e informais¹³, para “garantir a confiabilidade” do trabalho jornalístico e manter a credibilidade.

No ciberespaço, pela primeira vez, os movimentos sociais, até então atores políticos dependentes na medida que a difusão do registro verbal na cena comum passa pela mediação das organizações jornalísticas, podem sem os impedimentos colocados pela tecnologia necessária para manter os meios convencionais, contribuir para a constituição de um espaço público democrático. A capacidade de intervir sem mediação de terceiros no processo social desde uma perspectiva distanciada dos poderes oficiais desestabiliza a proporção do uso dos três tipos de fontes pelos jornalistas. (MACHADO, 2002:6)

Na internet, jornalistas e internautas têm acesso ao mesmo conteúdo. Portanto, cabe aos jornalistas salientarem as informações corretas no preparo da notícia. Além disso, torna-se ainda essencial o cultivo das melhores fontes e a pesquisa da origem dos sites acessados, juntamente com as principais fontes de renda e os responsáveis pela confecção do conteúdo. (QUEIROGA, 2008:5)

3.2 O surgimento de um novo copidesque

É na quarta fase do jornalismo digital que se completa a ruptura com a passividade dos novos meios. Assim, surge o jornalismo colaborativo em redes, que atua modificando as lógicas de produção e difusão da informação (BELOCHIO, 2009:4) e os jornalistas passam a não depender unicamente de fontes de bancos de dados digitais. Na *web*, os próprios internautas atuam como “jornalistas”, produzindo seus próprios conteúdos em *blogs* ou *microblogs*, e até mesmo inserindo-os em *sites* especializados, como o *OhMyNews*¹⁴, o *WikiNews*¹⁵, e o *Crayon*¹⁶ onde a produção é mediada, produzida, lida pelos próprios internautas, e ainda: é gratuita. No *Crayon*, por exemplo, que possibilita a máxima personalização da notícia, o internauta pode criar seu

¹³ De acordo com Elias Machado: fontes oficiais são obtidas pelo Estado, empresas e organizações como sindicatos ou associações. Já as fontes oficiosas são mantêm contato direto com uma instituição ou personalidade, mas não há o poder formal de representação. Fontes independentes não possuem vínculo direto com o caso tratado pelo jornalista, mas são capazes de exprimir opinião.

¹⁴ <http://english.ohmynews.com>

¹⁵ <http://www.wikinews.org/>, também com versão em português: http://pt.wikinews.org/wiki/P%C3%A1gina_principal

¹⁶ <http://www.crayon.net>

próprio jornal, e ainda escolher a maneira de como irá adicionar as notícias, nos modos *quick news* (para os que tem pouco tempo) ou *standard* (para a publicação de notícias mais elaboradas).

Quanto ao conteúdo colaborativo, existem várias maneiras de usá-lo. Uma coisa é abrir para comentários de leitores, sejam moderados (censurados) ou não. Este é o nível mais rasteiro de “colaborativismo”. Outra é convidar os leitores a enviar material, como fotos, vídeos, áudio e depoimentos pessoais. A checagem deve ser feita e todas as ressalvas devem acompanhar a publicação. Um terceiro nível é fazer seu conteúdo depender do conteúdo gerado pelo usuário, como o *OhMyNews* e o *Overmundo*. Mas, ainda assim, há várias maneiras de gerir essa produção; algumas mais livres, outras menos. Quando a interface é do tipo *wiki*, em que não existe filtro humano prévio no conteúdo postado (só *a posteriori*), o risco de inserção de informações erradas (deliberadamente ou não) é muito alto. É útil usar ambientes *wiki*, mas sempre partindo deles para outras fontes confiáveis e externamente legitimadas. As plataformas *wiki* são boas organizadoras de informação previamente produzida, não produtoras em si. (AGUIAR, 2009)

Nestes portais, a interatividade é maximizada pela participação dos próprios usuários em nível global, e ainda oferecem maneiras alternativas de jornalismo em relação à grande imprensa, mas ainda com reduzida credibilidade. E tendo isto em mente, ela passou a investir e estimular a participação do leitor. Em veículos como o *IReport*¹⁷ da rede americana *CNN*, ou o “Eu Repórter”¹⁸ do jornal “O Globo”, há ainda o engajamento do público com a mediação dos jornalistas na redação, responsáveis por checar a veracidade das informações e publicá-las na página do jornal.

O livre fluxo de ideias e conteúdos na internet também estão presentes nas próprias notícias publicadas pelos jornalistas. A notícia é publicada em poucos segundos e instantaneamente os leitores-internautas escrevem seus comentários com críticas ou sugestões. Ou, quando não estão satisfeitos com o conteúdo já produzido, são os próprios internautas que têm o poder de corrigir, alterar e até mesmo publicar informações em suas páginas pessoais, multiplicando ainda mais o conhecimento.

É neste novo modo de divulgação de notícias que os jornalistas encontram seus novos copidesques¹⁹ e editores, ávidos por erros, informações incompletas e frases mal

¹⁷ <http://www.ireport.com/?cnn=yes>

¹⁸ <http://oglobo.globo.com/participe/>

¹⁹ Os copidesques eram profissionais presentes em todas as grandes redações jornalísticas. Segundo o dicionário Houaiss, significa: “Revisão de texto a ser publicado, tendo em vista a correção ortográfica e

construídas – características que ainda são frequentes em muitas das notícias que são publicadas em tempo real na internet. Alguns jornais como a “Folha de São Paulo”²⁰, ainda possui a presença formal do copidesque, e por intermédio da edição *on-line* do jornal, os leitores podem participar enviando erros tanto da versão digital, quanto na impressa.

Na divulgação da notícia na internet, são cada vez mais valorizadas as publicações em tempo real: primeiramente os jornalistas divulgam uma manchete, e posteriormente, divulgam os resultados da apuração e fotografias (inclusive, muitas são enviadas pelos leitores. Enquanto isso, internautas que visitam o site apontam erros, fazem correções, e em alguns casos que testemunham o acontecimento, revelam informações que nem mesmo os jornalistas seriam capazes de pesquisar, e passam a ser fontes essenciais para a confecção da reportagem. No entanto, mesmo com a participação destes internautas, cabe ao jornalista confirmar a veracidade do testemunho da fonte.

Nas páginas digitais do jornal “O Globo”, por exemplo, é possível encontrar notícias curtas com inúmeros comentários e questionamentos dos leitores não apenas em relação ao caso reportado, mas também diante da própria apuração jornalística. Abaixo, uma notícia sobre três acidentes no Rio de Janeiro fez com que diversos internautas questionassem a qualidade da apuração:



gramatical, a clareza, a adequação às normas editoriais, os cortes para se obter a extensão devida etc.”

²⁰Os leitores podem enviar os comunicados de erro por intermédio da ferramenta disponível no link: <http://tools.folha.com.br/feedback?url=http%3A%2F%2Fwww1.folha.uol.com.br%2Ffolha%2Ferramos%2F&site=on-line>.



Renovação da carteira
<ul style="list-style-type: none"> • Simulado Online • Dicas para o exame • Mudanças na carteira
Serviços
<ul style="list-style-type: none"> • Condições do trânsito • Dr. Automóvel • Seu Carro
IPVA
<ul style="list-style-type: none"> • Confira o valor

TRÂNSITO

Acidentes com ônibus deixa feridos no Rio

Márcia Foletto - O Globo, O Globo e CBN

★★★★★ DÊ SEU VOTO | ★★★★★ MÉDIA: 4,4 | [Comente](#)

RIO - Três acidentes com ônibus deixaram feridos e causaram transtornos no trânsito da cidade. No começo da tarde, pelo menos duas pessoas ficaram feridas em um acidente, envolvendo um ônibus, na Rua Voluntários da Pátria, em Botafogo. O ônibus da linha 176 (São Conrado/ Central) atravessou a pista da via e derrubou o portão da garagem do Edifício Lúcio Cardoso, no número 471 da rua. O ônibus, da Viação Amigos Unidos, teria apresentado um problema nos freios, segundo o motorista, Francisco Benedito Filho. Ninguém foi atingido na calçada. O trânsito, que estava parcialmente interditado, já foi liberado aos veículos.

Quatro feridos na Avenida Brasil

Pelo menos quatro pessoas ficaram feridas num grave acidente envolvendo um ônibus da Viação Oriental na manhã desta segunda-feira. De acordo com os bombeiros, o acidente provocou a interdição de um trecho da Avenida Brasil, no sentido Centro. De acordo com a CET-Rio, o coletivo teria virado na pista.

O acidente aconteceu por volta das 10h, na altura do Hotel Palazzo, em Realengo, na Zona Oeste do Rio. A Polícia Militar e os bombeiros foram ao local. Devido à interdição da pista, o tráfego ficou muito lento no local. Houve reflexos até a altura de Bangu.

Acidente com ônibus complica trânsito no Méier

Também na manhã desta segunda-feira, um acidente com um ônibus complicou o trânsito na Rua Hermengarda, na altura da Rua Dias da Cruz, no Méier. Houve reflexos no trânsito na Dias da Cruz e na Avenida Amaro Cavalcanti. As informações são da CET-Rio.

Publicidade
nde idêia.

Mais notícias

TRÂNSITO

Acidentes com ônibus deixa feridos no Rio

ACIDENTE

Carro bate em poste, capota e interdita faixa na Estrada do Tindiba, em Jacarepaguá

SEQUÊNCIA INFELIZ

Rio-Teresópolis: um morto e 13 feridos em acidentes

+ NOTÍCIAS

PLANTÃO

11h40m

Acidente deixa Rua Hermengarda fechada

11h26m

Figura 1 – Notícia publicada no site do jornal “O Globo” em 1º de novembro de 2009.²¹

Logo abaixo da notícia, o total de 66 comentários questionava, além da questão da precariedade do transporte público carioca, a falta de informações em relação aos locais do acidente, a grafia da palavra “ônibus” e as referências citadas:

O GLOBO | COMENTÁRIOS

66 comentário(s) para esta matéria

Acidentes com ônibus deixa feridos no Rio

²¹ Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/transito/mat/2009/11/09/acidentes-com-onibus-deixa-feridos-no-rio-914665973.asp>>. Acesso em 9 de novembro de 2009.

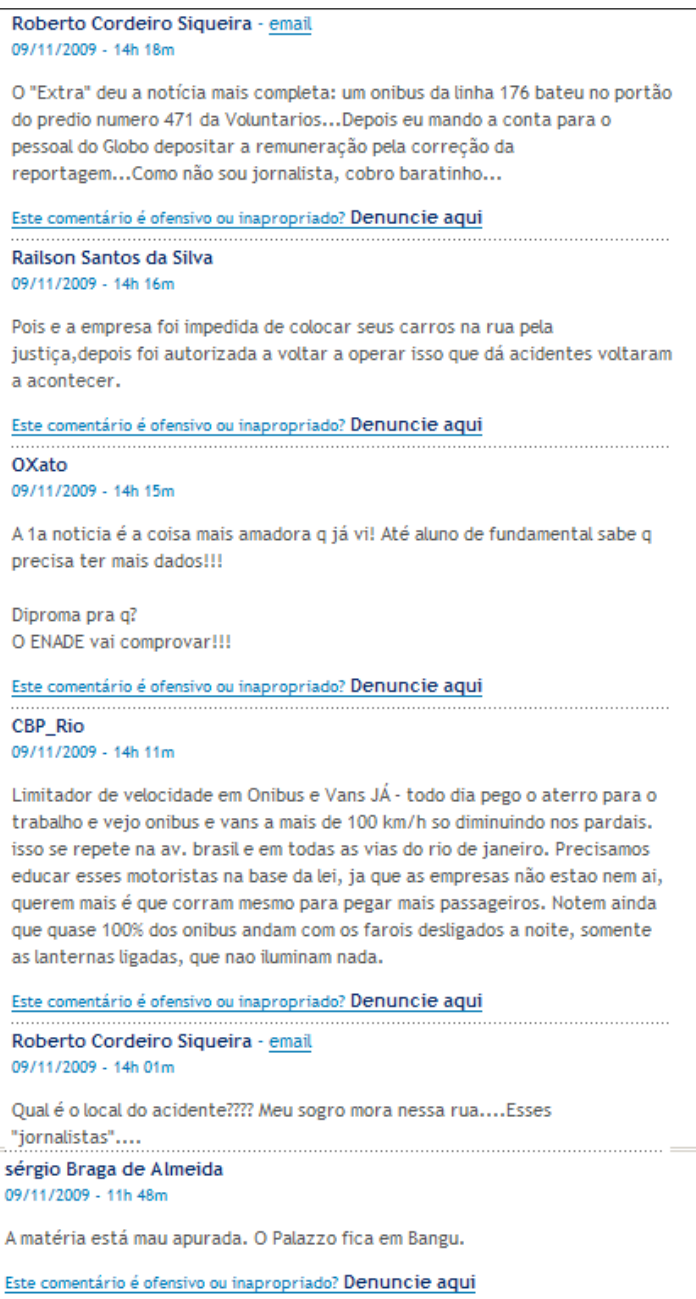


Figura II – Principais comentários dos leitores publicados no site do jornal

Como define Machado, são os usuários da rede não só as novas fontes para uma lógica estratégica do jornalismo digital, como também cumprem um papel de revisores ou copidesques do material publicado. Deste modo, há uma “descentralização das redações” que atua a partir do contato direto dos jornalistas com seus leitores.

Quanto mais cada profissional envolvido com o projeto estiver vinculado à construção da rede interna de comunicação maiores são as possibilidades de troca de dados ou experiências porque o segredo do sucesso de um rede de comunicação reside na

diversidade de fontes disponíveis. O futuro dos sistemas de circulação de notícias no ciberespaço depende da disseminação entre todos os usuários de critérios de controle de qualidade dos conteúdos. (MACHADO, 2002:11)

Os internautas que interagem com o jornalismo em tempo real passam a criar novas possibilidades para os repórteres. Eles sugerem pautas e lidam de maneira mais direta com a notícia que leem na *web*. Para Nelson Vasconcelos²² a participação do leitor é ainda mais influente, pois é ele quem diz o que é mais interessante, e ele simplesmente fará buscas em outros sites de notícias até encontrar o que procura.

Segundo a pesquisadora Vivan Belochio esta relação está incluída no encadeamento midiático e a participação dos internautas passa a fazer parte do mecanismo conhecido como “cauda longa invertida”. O conceito de “cauda longa invertida” remete ao conceito inicial da “cauda longa”, cunhado em 2006 por Chris Anderson, editor chefe da revista norte-americana *Wired*.

No jornalismo e na cultura midiática, a “cauda longa” remete à mudança de foco da informação aos sites colaborativos, sem a participação de jornalistas e ainda, com menores custos. E como define o pesquisador e professor americano Henry Jenkins, estes espaços apresentam ferramentas completamente novas, permitindo o encontro do público com a melhor maneira de divulgar suas informações, sejam elas falsas ou verdadeiras.

Ao visualizar os novos pilares da mídia alternativa, os profissionais do jornalismo da mídia tradicional iniciam uma abertura de portas e ideias e passam a visualizar uma participação diferente daquela anterior ao jornalismo digital, em que o leitor apenas comentava a notícia depois de sua publicação nos jornais. A definição de pautas, por exemplo, sofre influência direta da própria interatividade promovida pelo meio. Em um ambiente composto de múltiplas referências, o próprio público consumidor das notícias passa a fazer parte da construção das reportagens e fazendo modificações ativas no meio digital. (JENKINS, 2008:41)

Portanto, além de críticos da notícia publicada, os internautas passam a ser fontes das notícias, e o jornalismo insere-se cada vez mais na ampla construção da informação

²² Nelson Vasconcelos é jornalista de “O Globo”, é editor do caderno Digital. A entrevista na íntegra à autora pode ser lida no Anexo II deste trabalho.

da *web*, incluindo a participação na mídia colaborativa. É neste contexto que Belochio define o termo “cauda longa invertida”, fazendo do jornalismo parte integrante e participativa das novas redes.

A lógica mencionada admite, portanto, a migração do jornalismo para outros meios, incluindo espaços amadores, integrantes da cauda longa da informação. Identifica-se, nesse sentido, a formação de uma cauda longa invertida. Os *hits*, que segundo Anderson (2006) encontram-se no topo da curva da demanda, se deslocam para os nichos, localizados na cauda. O resultado é uma mistura interessante dos conteúdos e das ações promovidas em cada nível midiático, com reflexos visíveis no jornalismo. O que se propõe, aqui, é uma reflexão mais intensa sobre o processo. (BELOCHIO, 2009:13)

As modificações na apuração e confecção do jornalismo se intensificam com a participação ativa de leitores colaboradores do conteúdo jornalístico, criando uma inovadora interação entre emissores e receptores de notícias na Internet. Um dos pontos estratégicos desta geração é a interação mútua (PRIMO, 2007), classificada como interdependente no processo de criação de ideias, dados e pensamentos na *web*. Tal interação permite que os veículos conheçam novas possibilidades de ação jornalística, já que aderem a modelos colaborativos sem deixar de lado normas internas de publicação.

(...) Nas mídias de referência, a interação mútua pode ser visualizada tanto nas seções colaborativas quanto em iniciativas como a disponibilização de *blogs* e fóruns de discussão. Tais espaços são instalados na estrutura interna dos meios jornalísticos, numa ação estratégica diante da concorrência formada pelos *sites* amadores (...). Além disso, a própria relação dos jornalistas com as suas fontes podem mudar a partir desse processo. A intensificação das trocas entre jornalistas e amadores pode ocorrer ou ser facilitada através dos sistemas que possibilitam a interação mútua. (BELOCHIO, 2009:8)

Atuantes como disseminadores das novas notícias publicadas na internet ou até mesmo em veículos impressos, os internautas acabam se tornando elementos chaves da construção da informação na *web*. O resultado desta interação mútua pode ser encontrado em iniciativas que buscam especialmente a democratização da informação e a participação ativa da cidadania, tais como *blogs* e sites de jornalismo independente.

3.3 Novos desafios da apuração: uma relação entre o tempo e a qualidade da informação

Entre outras invenções, estava escrito que sou o mais velho de 13 filhos. Todas as vezes que a curiosidade me levou a checar o texto sobre mim, encontrei mais *nonsense*, então desisti. (ECO, 2009)²³

Apesar das facilidades oferecidas pelos internautas que constroem as redes de informações na web, jornalistas vêem-se imersos em um turbilhão de fatos, notícias divulgadas a cada segundo em *blogs* de todo o mundo. Como ordenar, selecionar e discernir fatos verdadeiros nos meios virtuais em curtos espaços de tempo é um desafio para os jornalistas digitais, que mesmo quando trabalham para os veículos impressos encontram fechamentos e *deadlines* cada vez mais curtos, e ainda um maior volume de informações.

Em função da rapidez exigida pela nova mídia, é comum, por exemplo, a redução da credibilidade de um veículo quando os leitores se deparam com erros, informações incompletas e imprecisas – como foi o caso da notícia citada do jornal “O Globo” -, ou até mesmo notícias que não apresentam nenhuma relevância para a exigência do público-alvo.

O manejo de múltiplas informações em um curto espaço de tempo não é novidade das publicações para a *web*. Todos os veículos de informação possuem esta característica, segundo a pesquisadora Sylvia Moretzsohn. Vendem notícias carregadas com ideologias que cultivam a velocidade, e escondem, muitas vezes, o real e exato processo de produção. Mas é no meio digital, que a velocidade se torna ainda mais valorizada pela atualização constante das notícias e informações em todo o mundo.

É, portanto, característica funcional deste meio digital a publicação das notícias o mais rápido possível, antes que elas se tornem obsoletas ou ultrapassadas. O instantâneo passa a ser ainda mais importante que o próprio conteúdo em si (MORETZSOHN, 2000:21) e a atualização torna-se parte de um “perigoso jogo prognóstico”.

Evidentemente, há diferenças de ritmo, conforme o tipo de veículo para o qual se trabalha. Mas o importante será perceber como a lógica do “tempo real” afeta a prática do jornalismo como um todo, radicalizando a “corrida contra o tempo” que sempre marcou a profissão. Mais ainda: que as exigências do mercado financeiro, e de quem nele atua, passam a ser o relógio

²³Destaque da coluna de Umberto Eco, publicada na revista “Época”. 12 de outubro de 2009. Nº 595. Artigo completo disponível em: < <http://noticias.uol.com.br/blogs-colunas/colunas-do-new-york-times/umberto-eco/2009/10/05/ult7202u8.jhtm> >. Acesso em 19 de outubro de 2009.

do noticiário em geral. (...) antes do início da era do “tempo real”, um experiente editor carioca definia cinicamente: “jornalismo é pintar de preto papel branco”. O que é mais ou menos a mesma coisa que reiterar uma das máximas incluídas no folclore da profissão: notícia é o que se publica entre anúncios. (MORETZSOHN,2000:30)

Tal imposição da instantaneidade não só valoriza o “tempo real”, como também acaba por anular importantes processos de apuração jornalística, já que no *on-line* o ritmo de trabalho se acelera ainda mais. E com a evolução das gerações da *web* o jornalismo deixou de ser dinâmico e repentino apenas nas agências de notícias, que liberam como que pautas – pequenas notas para serem desenvolvidas posteriormente pelos repórteres. Com as páginas jornalísticas na internet, o público passa a se relacionar diretamente com este tipo de informação. O relato de uma jornalista que trabalha em uma agência de notícias exemplifica a dificuldade da apuração.

A orientação para o repórter é nunca ficar com informação ‘parada’: ao receber uma notícia, deve automaticamente repassá-la. O repórter pode ir atrás dos detalhes depois, mas antes deve divulgar o material que acabou de receber. É muito frequente, no entanto, que isto [a busca de detalhes, e mesmo a checagem] não aconteça. Para se apurar uma notícia é preciso um mínimo de tempo - e muitas vezes o volume de *releases*, balanços de empresas e documentos que chegam à mesa do repórter, e cuja divulgação tem de ser feita o mais rapidamente possível, não permite a apuração de mais detalhes sobre a notícia divulgada inicialmente. (GOMES, *apud* MORETZSOHN,2000)

Dentre inúmeros exemplos que podem ser citados para ilustrar a importância entre a divulgação da notícia e o tempo existente para a apuração jornalística, um deles chamou a atenção não só por ter sido reproduzido em sites em todo o mundo, mas porque foi publicado em jornais de prestígio no Reino Unido, como *The Independent* e *The Guardian*, além de outros veículos na Índia e Austrália.

A história começa em 29 de março de 2009, com a morte de um famoso compositor francês, Maurice Jarre, autor de 165 trilhas sonoras, incluindo as famosas no cinema mundial como *Ghost* (1990) e “Lawrence da Arábia” (1962). Ao escreverem seus respectivos obituários sobre a morte do compositor, muitos jornalistas decidem rapidamente consultar as informações sobre a vida e a obra de Jarre na gigantesca enciclopédia colaborativa *Wikipedia*. Ao mesmo tempo, o jovem irlandês estudante de

jornalismo Shane Fitzgerald decide deliberadamente criar uma frase supostamente dita pelo compositor e publicá-la na *Wikipedia*.

No dia seguinte à morte de Jarre, inúmeras publicações – inclusive impressas – traziam a seguinte frase inventada pelo estudante: “Alguém poderia dizer que toda a minha vida é uma trilha sonora. A música foi a minha vida. A música me trouxe à vida e por ela serei lembrado por muito tempo quando deixar esta vida. Quando eu morrer, haverá uma valsa de despedida tocando em minha mente, e apenas eu poderei ouvi-la”.²⁴

Para justificar o erro e manter a credibilidade, editores e repórteres publicaram mensagens aos leitores após a descoberta da farsa de Jarre. A maioria culpava o curto *deadline* e a falta de tempo necessária para a apuração. Siobhain Butterworth, uma das editoras da versão digital do jornal inglês *The Guardian*, escreveu um editorial especial em sua coluna na página oficial do jornal para abordar a principal causa do erro: “A moral da história não é que jornalistas devem evitar a *Wikipedia*, mas eles não deveriam usar informações que não podem ser comprovadas a partir de uma fonte primária e confiável”.²⁵

Para justificar sua atitude, Fitzgerald enviou *e-mails* aos jornalistas e editores dos principais veículos que publicaram a frase um mês após a morte do compositor. Segundo ele, a experiência fazia parte de um projeto da faculdade, que buscava mostrar a rapidez da transmissão da informação no mundo. Mas mesmo tendo publicado a frase sem a fonte, o estudante se surpreendeu ao ver a criação em vários veículos da imprensa.

Além de mostrar a redução da qualidade da pesquisa jornalística diante dos acontecimentos, o caso comprovou ainda a influência dos cada vez mais reduzidos *deadlines* existentes nas redações de veículos que atualizam as notícias a cada minuto, 24 horas por dia. Com a gigantesca gama de opções oferecidas pela internet, a *Wikipedia* tornou-se uma fonte eficiente, e ao mesmo tempo, perigosa para o jornalismo.

Tendo em vista a redução de tempo e custo, a apuração do jornalismo internacional – uma das vertentes jornalísticas mais influenciadas pelo valor do

²⁴ Em inglês, a frase original era: *One could say my life itself has been one long soundtrack. Music was my life, music brought me to life, and music is how I will be remembered long after I leave this life. When I die there will be a final waltz playing in my head that only I can hear.*

²⁵ Butterworth escreveu o artigo quase um mês após a morte de Jarre, e recebeu o total de 51 comentários de leitores. O editorial está disponível na íntegra em: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2009/may/04/journalism-obituaries-shane-fitzgerald>. Acessado em 13 de maio de 2009.

testemunho ocular do repórter - também é atingida pelas consequências da apuração digital, sejam elas boas ou ruins. Em artigo publicado no jornal *New York Times*, o repórter indiano Anand Giridhardas²⁶ revela algumas das modificações enfrentadas por profissionais desta área do jornalismo.

Sob seu ponto de vista, ser correspondente internacional tornou-se ainda mais difícil justamente pela ampla participação dos próprios “reportados”. Eles são os que mais fazem buscas sobre si mesmos em sites de jornais estrangeiros (como por exemplo, brasileiros procurando notícias sobre o Brasil no *New York Times*). E acabam sendo os mais críticos em relação a este trabalho, pois encaram de perto reportagens sob o olhar estrangeiro, e notam erros que nem mesmo o editor notaria.

Neste caso, a cobertura ultrapassa a questão do tempo e recebe influências diretas dos internautas que não perdem tempo em criticar, elogiar ou até mesmo contribuir para a apuração do correspondente. E este, deve mais do que nunca buscar meios e maneiras confiáveis de fazer jornalismo, pois ainda que esteja distraído com as facilidades geradas pela internet, um repórter não deve deixar de testemunhar. (GIRIDHARDAS, 2009)

(...) Minha geração de correspondentes nunca sentirá falta de retorno. A edição *on-line* do jornal está disponível em quase todos os lugares. Pessoas em países distantes nos lêem como qualquer outro jornal. Outros chegam até nós por meio de mecanismos de busca. Então os “reportados” sabem o que estamos dizendo. Comentam nosso trabalho em seu *blog* ou *Facebook*; acham nosso e-mail com alguns toques no teclado; apontam erros pelo site. Pela minha experiência como correspondente na Índia, a maior parte desta atividade vem de dentro do país. A cobertura está disponível universalmente, mas é acompanhada com mais paixões pelos que estão sendo cobertos. (GIRIDHARDAS, 2009)

Ainda que esteja cobrindo fatos locais ou internacionais pela internet, um repórter não deve esquecer uma das regras principais do jornalismo, que leva em conta a checagem da informação e da disciplina da verificação. Mesmo com a velocidade da *web*, não devem ser afastadas práticas como a busca por várias testemunhas de um fato, descobertas de novas fontes, e indagações sobre os múltiplos lados de um fato ou uma questão. (KOVACH e ROSENTIEL, 2004:113)

²⁶ Artigo: *In Internet Age, Foreign Correspondents Have Local Audiences*: Verla, Índia: *New York Times*. Publicado em 14 de março de 2009. Disponível em:
<<http://www.nytimes.com/2009/03/15/weekinreview/15GIRIDHARADAS.html?scp=4&sq=anand%20giridharadas&st=cse>>

Limitar-se à *Wikipedia* ou outro site do gênero, encurta o tempo da apuração, como foi relatado no caso de Maurice Jarre. A falta de tempo para consultar outras novas fontes ou até mesmo outros *sites* sobre o compositor acabou por culminar na publicação de uma frase falsa. Como afirmam Kovach e Rosentiel, é a disciplina da verificação que separa o jornalismo das outras formas de expressão presentes no entretenimento, na arte e até mesmo na propaganda. É sempre com a verdade que o jornalismo deve se preocupar.

4. A construção do conhecimento e da memória

Além do tempo, fontes e interatividade, apuração jornalística é influenciada pela vasta possibilidade de armazenamento de informações digitais em *hardwares*

fisicamente muito pequenos. Armazenar o máximo de conteúdo em banco de dados confere inúmeras possibilidades de pesquisa e consulta, contribuindo ainda para a democratização e expansão do conhecimento, ampliada a cada ano com a evolução da tecnologia e acesso cada vez maior à banda larga.

É neste tópico de discussão que deve ser ainda relevante a importante valorização da apuração, já que o jornalismo é um dos maiores contribuintes com a expansão das bases de dados. Neste sentido, são necessários investimentos em campos da comunicação ainda pouco explorados e a especialização de equipes para desenvolver sistemas de gestão de conteúdos mais complexos e acessíveis para a rede (BARBOSA, 2007:150).

Nos Estados Unidos, os mecanismos de busca foram os primeiros a serem desenvolvidos pela rede digital e receberam investimentos financeiros dos principais jornais norte-americanos, que já tinha em vista as amplas possibilidades alcançadas pelos sistemas operacionais nas redações. Os primeiros bancos de busca digitais surgiram na década de 80, quando o tradicional *The Washington Post* gastou mais de 30 milhões de dólares para digitalizar informações (KOCH, 1991). Além dos recursos de pesquisa *on-line* foram contratados especialistas em dados digitais.

A produção jornalística se transforma a partir da possibilidade de armazenamento de material antigo, que pode ser acessado de modo imediato tanto por outros jornalistas quanto pelos internautas. Grande parte dos veículos digitais de todo o mundo incluem o serviço de busca a arquivos de números anteriores, inclusive, permitem que o usuário navegue nas primeiras páginas publicadas, como ocorre com o *New York Times*²⁷ nos Estados Unidos e a revista *Veja* no Brasil²⁸. Por intermédio desta nova ferramenta possibilitada pela vastidão da rede, os jornalistas podem contextualizar suas reportagens e ainda relacionar o assunto com outros textos publicados.

No Brasil, o jornal “O Globo”, por exemplo, não só uniu a redação digital com a impressa, como também coloca em linha direta a produção com o centro de documentação. Isso revela a importância da sintonia existente entre a redação e a recuperação de dados e reportagens para contextualizar a produção do conteúdo diário. Com a ajuda da internet, o trabalho ficou mais rápido e mais simples.

²⁷ Os arquivos podem ser consultados no endereço < <http://query.nytimes.com/search/sitesearch>>. O jornal norte-americano disponibiliza reportagens a partir de 1851.

²⁸ O acervo digital da revista *Veja* está disponível no endereço < <http://www.veja.com.br/acervodigital/>> e guarda nos arquivos todas as revistas publicadas, desde 1968.

Outras fontes de pesquisas são as bibliotecas digitais, que também auxiliam as pesquisas jornalísticas, como é o caso do portal *Google Books*²⁹ ou até mesmo o Google Acadêmico³⁰, do acervo digital da Biblioteca Nacional³¹ e o grande portal *World Digital Library*³², que reúne acervos do mundo em um só site. Para o historiador Paulo Fonseca, iniciativas como estas não só possibilitam uma maior inclusão à educação, como permitem um acesso a documentos valiosos em escala mundial.

A memória no jornalismo na *web* pode ser recuperada tanto pelo produtor da informação, quanto pelo leitor, através de arquivos *on-line* providos com motores de busca (*search engines*) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas (indexação). Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (instantaneidade e interatividade) e de grande flexibilidade combinatória (hipertextualidade), o jornalismo tem na web a sua primeira forma de **memória múltipla, instantânea e cumulativa**. (PALACIOS, 2003:12)

Segundo Palacios, a memória é uma das mais importantes características do jornalismo *on-line*, sendo estudado por pesquisadores em todo o mundo. É por intermédio da memória que o acúmulo infinito de informações gera novos paradigmas, a começar pela ruptura dos limites físicos e o caráter de coletividade gerado pela hiperligação entre produtores de conteúdos e seus consumidores, que podem até mesmo interagir em tempo real.

4.1. Arquitetura da informação digital: jornalismo colaborativo e convergências de mídias

Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (JENKINS, 2008:27)

²⁹ <http://books.google.com/books>

³⁰ <http://scholar.google.com.br/>

³¹ O portal da Biblioteca Nacional <<http://www.bn.br>> possui diversos artigos digitalizados, provenientes do próprio acervo. Porém, a Biblioteca conta ainda com o projeto Rede de Memória Virtual Brasileira <<http://bndigital.bn.br/redememoria/>>, que abriga imagens, documentos, mapas e artigos especializados não só da biblioteca como de acervos de colaboradores em todo o Brasil.

³² O portal *World Digital Library* <<http://www.wdl.org/en/>> é uma iniciativa desenvolvida pela Unesco, a Organização das Nações Unidas para a educação, ciência e cultura. O objetivo do projeto é promover a cultura internacional e expandir conteúdos e informações de qualidade na internet. O portal coletivo já contabiliza mais de 1380 bibliotecas em todo mundo.

Antes de tornar-se efetivamente “conhecimento”, a informação publicada na internet é estruturada e organizada de maneira que sua distribuição seja facilitada, e o público a compreenda rapidamente. Os meios de acesso às informações multiplicaram-se: além do computador, as redes são dominantes em televisões (na televisão digital com internet), nos celulares (especialmente em *smartphones* e aparelhos com tecnologia 3G, como o *iPhone* da *Apple*), em videogames (como é o caso dos *consoles Nintendo Wii* e *Xbox* da *Microsoft*), e até mesmo em livros eletrônicos (com a chegada de modelos como o *Kindle* da *Amazon* e o *Nook*, da livraria norte-americana *Barnes and Nobles*).

Com a possibilidade de interação e acesso ao conteúdo jornalístico onde quer que o público esteja, a arquitetura das informações publicadas na internet levam cada vez mais em consideração o tipo de mídia e os *gadgets* construídos para este fim. Jornais como o *New York Times* e “O Globo”, por exemplo, investem em um conteúdo especializado e condensado para *IPhones* e *Itouchs*. Eles ressaltam as notícias mais importantes e investem na convergência de texto, vídeo, imagem e som, além da segmentação por categorias. São de certa forma, os exemplos mais recentes da arquitetura da informação especializada para *web*.

A arquitetura digital, no entanto, não é recente. Desde as primeiras páginas do jornalismo digital publicadas na internet e até mesmo das implantações das primeiras interfaces, existe a preocupação não só com o formato e organização da interface, mas também pela própria estrutura do texto. Neste ponto de vista, inclui-se diretamente o tipo conteúdo publicado, que passa a tentar responder as perguntas: Deve ser direto e objetivo? Deve usar *hiperlinks* para promover um encadeamento midiático? Como valorizar o texto em parceria com vídeos e imagens na *web*? Muitas vezes, os jornalistas fazem estas perguntas porque estão justamente preocupados com a maneira de transmissão das suas notícias, e é claro, como devem proceder na própria apuração.

A arquitetura da informação (AI) não surgiu com a internet, nem com a informática. Aplicada no dia-a-dia do ser humano há séculos, a AI bebe de duas fontes: da forma como organizamos a informação em nossas mentes, o chamado “modelo mental”, e do mais importante resultado desta observação, a boa e velha biblioteca, enxergando-se a

catalogação de um livro como a indexação de uma informação. (RODRIGUES, 2005)³³

Segundo o *webwriter* Bruno Rodrigues, uma das principais características da arquitetura da informação é sua organização em um ambiente digital, permitindo que ela seja facilmente identificada, e fazendo com que a navegação seja feita de uma maneira intuitiva. Portanto, a arquitetura da informação necessita, além da navegação facilitada pela organização, a nomeação e construção de ícones, ferramentas de busca e pesquisa simples, e ainda mapeamento do site. Diante deste modelo, os jornalistas devem partir para a arquitetura de seus conteúdos, e pensar como ele pode ser encaixado nestes parâmetros.

Para construir estas matérias, cada vez mais propícias às interações, utilizando plenamente as funcionalidades de um sistema administrador, é necessário que o jornalista atue também como um arquiteto de informação e saiba retrabalhar os dados continuamente, a fim de que estejam sempre identificáveis e disponíveis para utilização. É urgente, portanto, que as faculdades tratem de temas como a arquitetura da informação e a gestão de banco de dados. Os novos profissionais encontrarão um mercado totalmente digitalizado, independentemente do segmento jornalístico em que atuarem, e terão que lidar diariamente com *megabits* de dados indexados. O aprendizado contínuo e multidisciplinar será um dos maiores aliados para a formação profissional e pessoal destes trabalhadores. (OLIVEIRA, 2005:37)

Outro ponto importante da arquitetura da informação na *web* é a personalização e individualização do conteúdo. Com este recurso, o internauta pode navegar em um portal de notícias utilizando suas próprias preferências para obter apenas os conteúdos que lhe parecem mais interessantes. No entanto, esta restrição de conteúdos pode limitar a expansão do conhecimento do internauta, que reduz a multiplicidade das informações disponíveis na *World Wide Web*.

Para Jenkins e Belochio, após a quarta geração do jornalismo digital, a manifestação de mídias jornalísticas abre espaço para novas possibilidades do encadeamento midiático e da divulgação da informação. A apuração jornalística ganha pontos positivos e negativos com a multiplicações de fontes, especialmente com a

³³ Bruno Rodrigues é *webwriter* e consultor da Petrobras, autor de diversos artigos sobre a arquitetura da informação e tecnologia na *web*. Seus textos estão disponíveis em: <http://webinsider.uol.com.br/index.php/author/bruno-rodrigues>

presença de veículos como fóruns especializados e sites de conteúdos colaborativos. Junto com informações coletadas em *blogs*, reportagens televisivas, sites especializados, jornais e revistas, o jornalista passa a exercer o papel de mediador e convergente das múltiplas mídias.

Nas redações, os jornalistas tornam-se os novos arquitetos das informações e devem ser capacitados para realizar apurações baseadas em coletas de dados cada vez mais seletivas. Além dos dados levantados durante a pesquisa e entrevistas, devem ser consideradas ainda as experiências obtidas no trabalho diário de seleção de notícias e a própria experiência cultural para selecionar as referências compostas de credibilidade e agregadoras de verdadeiro conhecimento para a sociedade.

Segundo Jenkins, um dos desafios é lidar com os conteúdos da *transmídia* e com multiplicidade encontrada em mobilizações culturais em redes sociais, fóruns e *web sites* especializados em temas como notícias, política, religião e entretenimento. O pesquisador analisou alguns exemplos de mobilizações culturais, cujas origens e produção de conhecimento podem ser relacionadas paralelamente aos novos modelos de produção jornalística.

Dentro da cultura da convergência, é possível viver em um mundo em que toda a história que é contada a alguém passe por diversos veículos, como TV, cinema, celular, internet, videogames. E em que o fluxo dessa história é moldado tanto por decisões tomadas pelas companhias que produziram quanto pelos indivíduos que o recebem. Isso significa que o conteúdo idealizado pelo produtor é hoje só uma parte do processo, e não o principal. Se você cria um programa de TV, sabe que ele vai ser reeditado e redistribuído pela internet, que as pessoas vão falar sobre isso em fóruns de fãs, e vão escrever as próprias histórias em cima da trama. O conteúdo original se tornou apenas o pontapé inicial, a partir do qual o consumidor irá criar novas experiências. (JENKINS, 2009)³⁴

Apesar de o estudo de Jenkins ter como convergência existente na cultura popular, como seriados, filmes e livros, este ponto de vista também pode ser transposto para a arquitetura da informação do jornalismo, especialmente para a criação de uma

³⁴ Henry Jenkins em entrevista à revista Superinteressante. Ed. 263, março de 2009. Páginas 17 a 19.

cultura do conhecimento. Segundo ele, esta cultura depende da qualidade e da diversidade das informações que podem ser acessadas:

A capacidade de aprender por compartilhamento de ideias e de observações por comparação com outros é reduzida severamente quando todo mundo compartilha as mesmas convicções e o mesmo conhecimento. (Pierre) Lévy acreditava que o surgimento de uma cultura baseada no conhecimento ampliaria a democracia e a compreensão global porque essa cultura criaria novos protocolos de interação e superação de diferenças. (JENKINS, 2009:28)

Esta discussão sobre o tipo de conteúdo compartilhado ressalta ainda mais a importância da qualidade jornalística e da seleção das informações pelos repórteres. Um estudo das técnicas jornalísticas de apuração se relaciona com a opinião do filósofo espanhol José Luis Pardo, que destaca a importância de uma discussão envolvendo os conteúdos publicados pelos jornalistas, e não apenas a forma como eles são publicados. O mais importante não é o meio em que as notícias são veiculadas, mas a relevância da mensagem a qualidade da informação transmitida³⁵.

É necessário, portanto, que sejam garantidos conteúdos jornalísticos com qualidade e contextualização de qualidade, desenvolvidos pela e para a *web*. No jornalismo digital as regras fundamentais da boa apuração devem ser mantidas. No jornalismo *on-line* já é possível constatar tendências de construção de notícias e até mesmo de desenvolvimento de temas polêmicos ou sensacionalistas, sem levar em consideração o verdadeiro papel da imprensa de juízo crítico e de valorização da articulação da opinião pública.

Por isso, é tão importante a existência também na internet de uma valorização da base do jornalismo, que começa essencialmente na apuração e na pesquisa minuciosa de detalhes para cumprir com o compromisso e com a responsabilidade de transmissão de conhecimento. Para a mais ampla arquitetura digital, torna-se essencial, segundo Barbosa, a aplicação de dispositivos no meio jornalístico, que devem ser utilizados de

³⁵ LUIS PARDO, José. *Las garrafas y el vino del periodismo*. Madrid: **El País**. Publicado em 25 de maio de 2009. Disponível em http://www.elpais.com/articulo/opinion/garrafas/vino/periodismo/elpepuopi/20090526elpepiopi_12/Tes >. Acesso em 2 de julho de 2009.

maneira seletiva e prudente para a confecção de bancos de dados consistentes e qualitativos. Entre as adoções mais importantes, se destacam a incorporações de *blogs* em portais jornalísticos e a participação efetiva e facilitada do usuário, tornando livre a colaboração com a própria produção das notícias.

Outros atributos que garantem a arquitetura da informação são destacados por narrativas multimídias, infográficos interativos e *podcasts* diversificados em vídeo e áudio, utilização RSS (*Really Simple Syndication* ou *Rich Site Summary*), além de atributos presentes das próprias notícias publicadas para difusão e compartilhamento por parte dos internautas. Tais ferramentas contribuem para a integração de um novo arquivo na oferta informativa do jornalismo. (BARBOSA, 2007:150)

Quando o jornalismo digital fixa um entorno de arquitetura descentralizada, altera a relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todos os usuários o status de fontes potenciais para os jornalistas. Se cada indivíduo ou instituição, desde que munido das condições técnicas adequadas, pode inserir conteúdos no ciberespaço devido a facilidade de domínio de áreas cada vez mais vastas, fica evidenciada tanto uma certa diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas. A possibilidade de dispensa de intermediários entre as fontes e usuários implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transforma os próprios usuários em fontes não menos importantes. (MACHADO, 2002:8)

Uma das iniciativas que confirma a teoria de Jenkins e eleva sua importância tanto para apuração jornalística quanto à relação com o público é a criação de mediadores para redes sociais em sites de jornalismo e entretenimento, como é o caso da rede britânica BBC –British Broadcasting Corporation –³⁶. O objetivo da iniciativa é reforçar a importância das redes sociais e construir uma interatividade com o público cada vez maior. Segundo Nic Newman, o encarregado para o posto de mediador no Reino Unido afirma que a decisão é enriquecedora para fortalecer ainda mais as informações publicadas na página do site.

³⁶ Notícia divulgada no portal do jornal inglês *The Guardian*. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/media/pda/2009/oct/19/bbb-creates-social-media-editor>>. Acesso em 22 de outubro de 2009.

4.2. Antigas técnicas para um jornalismo de qualidade na *web*

Ao contrário das previsões apocalípticas, acredito que uma nova mídia não extermina a anterior, apenas a modifica. A pintura, o teatro, o rádio, e a própria televisão estão aí para provar. Não se pode esquecer que com o advento da TV temia-se que ela matasse a escrita, inaugurando a *civilização visual*, que iria substituir a *civilização verbal*. Surgiu então a internet, e nunca se escreveu tanto no mundo como agora... (VENTURA; 2009:34)

Ao comentar sobre o “novo jornalismo” na *web*, Zuenir Ventura cita o filme “Intrigas de Estado” (*State of Play*, 2009), que baseado em uma série de televisão homônima produzido pela BBC. O filme une de maneira inesperada dois repórteres do jornal americano *Washington Globe* em uma complexa investigação de um assassinato, sendo que um jornalista, veterano, escreve para o jornal impresso, e a outra, novata, assina um *blog*.

A união dos dois distintos estilos de apuração alcança, por fim, um furo de reportagem, e uma matéria digna de primeira página. O sucesso exemplifica que a parceria entre as práticas do jornalismo impresso com a constante busca pelo tempo da *web* pode ser positiva não só para o próprio jornalismo, mas para seus leitores. Esta união entre as distintas técnicas já é verificada nas redações fora da ficção, como é o caso dos jornais *New York Times*, *El País* e “O Globo”, que recentemente integraram suas redações do jornalismo impresso com o *on-line*.

Ainda que o jornalismo digital apresente-se como um novo divisor de águas da publicação e apuração jornalística, especialmente em relação aos aspectos como a interatividade e a instantaneidade, alguns elementos fundamentais da técnica de reportagem devem ser considerados. A banalização de acontecimentos e a espetacularização de notícias trazem à tona questionamentos a respeito não só da qualidade do material publicado, como também a postura ética e profissional do jornalista que o publica. Afinal, os jornalistas não têm a obrigação com a verdade?

De acordo com Marcelo Beraba³⁷ a concepção da notícia deve levar em conta os fundamentos essenciais para a apuração e também para a ética da profissão. A pesquisa, as entrevistas, a observação, a documentação e a checagem, são alguns destes principais

³⁷ Marcelo Beraba é editor-chefe da sucursal no Rio de Janeiro do jornal Estado de São Paulo.

fundamentos que devem englobar a apuração jornalística como um todo para a produção de um jornalismo de qualidade. Porém, a correria imposta nos grandes portais de notícias para a rápida publicação dos “furos” jornalísticos, fazem com que, muitas vezes, as principais etapas da apuração sejam simplesmente ignoradas.

Tendo em vista os principais objetivos éticos e profissionais do jornalismo e seus compromissos com os cidadãos, se torna vigente a teoria democrática, defendida por diversos teóricos como Nelson Traquina e Koch. Segundo Traquina, “a exposição de diferentes ideias e pensamentos são essenciais para construção do cidadão em uma sociedade democrática”. Tal posição do jornalismo não deve ser anulada pelo uso das novas tecnologias:

Penso que as novas tecnologias certamente tornam o jornalismo ainda mais sujeito às pressões do fator tempo. Elas também tornam possíveis aos jornalistas o acesso a imensas capacidades que antes não tinham, como documentos, informações etc. No entanto, é preciso investigar a questão mais a fundo, pois tenho minhas dúvidas se algo de básico mudou. Por exemplo, em termos do discurso jornalístico, penso que as novas tecnologias reforçaram ainda mais o peso da pirâmide invertida, do lead, da importância da concisão. (...) Houve também, nos primeiros anos, todo um elogio do espaço ilimitado. Mas até que ponto esse espaço ilimitado é utilizado por parte do leitor? Parece que o que conta, sobretudo, é a rapidez. E ter informações novas. E não tanto a profundidade da questão. (TRAQUINA, 2003)³⁸

Na concepção de Beraba, a pesquisa é a primeira a integrar os fundamentos, e seus processos são os que mais se modificam com a chegada de elaborados mecanismos *on-line*, liderados pelas buscas do *Google*. Tais pesquisas devem sempre ser embasadas com o *feeling* jornalístico, e são influenciadas pelo *background* cultural de cada profissional. Para uma redação eficiente, é elementar o investimento em profissionais com a necessária reflexão e apuração jornalística, para oferecer a “um público leitor mais informado exigente e seletivo”, informações corretas e completas.

Para Nelson Vasconcelos, os novos jornalistas devem ser ainda mais preparados para lidar com a multiplicidade de temas que chegam a eles por intermédio das pautas. Além disso, serão ainda mais valorizados a formação cultural e o espírito crítico dos jornalistas, que deve ser responsáveis por uma “exploração dos melhores conteúdos da *web*”. Nas palavras de Kovach e Rosentiel e Traquina, os jornalistas devem exercer

³⁸ Entrevista de Nelson Traquina cedida a Antonio Queiroga. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/entrevistasdomural_02.htm>. Acesso em 12 de setembro de 2009.

funções de “guardiões”, ainda que as grandes corporações midiáticas dificultem este trabalho.

Neste princípio do século 21, a revolução tecnológica e a organização econômica por ela propiciada estão criando novas oportunidades, mas ao mesmo tempo, ameaçam o papel da imprensa de guardiã independente. As comunicações digitais são mais fáceis e rápidas, mas também propiciam a criação de corporações internacionais de comunicação que desafiam o próprio conceito de estado-nação. (...) Fica ainda mais difícil para um repórter da revista *Time* cobrir não só a própria AOL, mas tudo que oferece a internet, *e-commerce*, entretenimento, canais a cabo e ainda telecomunicações. (...) A experiência nos mostra que não vale a pena, para eles, fazer qualquer esforço para exercer a função de guardião – se isso contraria os interesses da sua corporação como um todo. (KOVACH e ROSENTIEL, 2004:192-193)

Outras ferramentas que já vigoram no jornalismo digital são as entrevistas e a documentação, facilitada com as digitalizações de arquivos. As entrevistas por *e-mail*, por exemplo, não são vistas com a credibilidade necessária pelos próprios jornalistas, apesar de suas vantagens em relação ao deslocamento e ao custo. Por outro lado, neste tipo de entrevista digital, perdem-se observações importantes que podem fazer diferença em uma reportagem. Afinal, a forma de contato dos jornalistas com suas fontes são essenciais para a própria confecção da matéria. (BERABA, 2009)

Com ou sem a parceria das RACs, a apuração jornalística não deve abandonar suas principais modalidades, que segundo a teórica americana Nora Paul (*apud* Machado 2002:15) são a reportagem pesquisa, a referência e o encontro. É na reportagem que se inserem os recursos dos programas especializados em estatísticas e cálculos complexos, além de *softwares* capazes de contextualizar os fatos e identificar tendências futuras. Mas enquanto as RACs utilizam apenas entrevistas e observações, a pesquisa vai mais além, e observa a relevância de relatórios e artigos disponíveis em bancos de dados eletrônicos.

Já as referências são as fontes de pesquisa, e nela se incluem desde dicionários até CD-ROMs e o próprio *Google*, passando por enciclopédias e almanaques. Os encontros podem ser verificados na inclusão do jornalista em listas ou grupos de discussão, dando-lhe a oportunidade de participar de debates em contextos específicos, e ainda, obter futuras fontes confiáveis para suas reportagens.

Ainda que a internet não tenha um espaço majoritário para as grandes reportagens ou para abordagens mais minuciosas (as quais são publicadas em jornais ou revistas), esta característica não anula o elevado potencial da *web* em oferecer espaço a produções diferenciadas, realizadas por um jornalismo independente, interessado na busca de histórias e abordagens que não passam pela grande mídia. Neste tipo de jornalismo, os profissionais procuram um diferencial: abrem espaço para fóruns e comentários, possibilitando que os internautas participem da experiência de reportagem e promovam trocas de conhecimentos à medida que integram o conteúdo do site com sua colaboração.

Esta nova maneira de fazer jornalismo que valoriza as tradicionais regras da apuração aliadas à tecnologia, é exemplificada pelo portal norte-americano e canal em TV a cabo *Current*, cuja programação de notícias e produção de vídeos é baseada no intitulado “Jornalismo de Vanguarda”. A iniciativa demonstra como as possibilidades existentes de aplicação do *gatekeeper* na rede digital podem afetar de maneira positiva a forma como se trata a notícia. O surgimento de ferramentas gratuitas como *Youtube*, *Twitter* e *Myspace* acrescentam também material para fontes jornalísticas e demonstram que a conectividade em tempo real não só é necessária para o jornalismo atual como também pode ser inovadora para a busca de referências do jornalismo convencional, ou da “velha mídia” - como já é denominada por diversos pesquisadores.



Figura III – Home Page do site *Current*. Agrega videoreportagens com matérias escritas, blogs e grupos de discussão.

O *Current* se interessa especialmente por uma abordagem diferente dos fatos ou busca notícias que não são reveladas pela mídia corporativa. É um portal feito por jovens – e já premiados – jornalistas, que produzem e distribuem as matérias jornalísticas de maneira diferente, com o objetivo de criar conteúdos que enriqueçam e inspirem a sociedade. A internet e as fontes funcionam como as principais plataformas

de pesquisa e de divulgação dos assuntos relatos pelos repórteres em vídeo, além de possibilitar o contato com os internautas que contribuem diretamente com a produção das reportagens que são veiculadas na *web* e na televisão.

O maior mérito do “Jornalismo de Vanguarda” do *Current* é realizar reportagens investigativas atreladas às novas mídias. As equipes de jornalistas do site rodam o mundo em busca de boas histórias que ainda não foram contadas e realizam diversas reportagens em forma de documentários. O site e o canal de TV foram fundados pelo político e prêmio Nobel da Paz Al Gore, e tornou-se conhecido mundialmente após a prisão na Coreia do Norte das jornalistas Laura Ling e Euna Lee, que trabalham no portal e estavam na Coreia para fazer uma reportagem sobre tráfico de mulheres.

Outro veículo que exemplifica como as tradicionais técnicas de reportagem podem ser privilegiadas em parceria com as novas tecnologias é o portal de jornalismo internacional *Opera Mundi*³⁹. Apesar de ainda não contar com comentários dos leitores e fóruns de discussões, o site publica uma variada gama de assuntos relacionados aos acontecimentos internacionais, desde perfis de grandes personalidades até vídeos e reportagens, que podem ser redigidas e apuradas tanto por repórteres no Brasil quanto por correspondentes internacionais.



Figura IV – Home Page do portal *Opera Mundi* especializado em jornalismo internacional.

³⁹ <http://www.operamundi.net>.

Além de notícias sobre política, esportes, economia e sociedade em geral, o portal publica ainda dicas culturais, e conta com reportagens especiais e jornalismo de opinião. Sua interface e seus textos são semelhantes aos de uma revista eletrônica, que deixa de lado o tempo real para fornecer um conteúdo mais abrangente, detalhado e crítico.

Aqui a máxima da “qualidade acima da velocidade” é levada bem a sério. Mesmo sendo um veículo *online*, preferimos chegar atrasados com a notícia e oferecermos uma perspectiva diferenciada, aprofundada e crítica do que espelhamos o resto da mídia em “tempo real”. A apuração leva quase o tempo que for necessário para que a matéria tenha a densidade e a *multidimensionalidade* exigidas, e é um tempo até bem dilatado, posso dizer. Gasta-se bastante com checagem e correção. O texto passa por pelo menos três pessoas no processo de produção - o estagiário ou correspondente, o subeditor e o chefe. E, como é online, sempre pode ser revisado mesmo depois de ir ao ar. (AGUIAR, 2009)⁴⁰

Para Kovach e Rosentiel, este é um tipo de jornalismo que deixar de se preocupar com os elevados índices de audiência para aproveitar ainda mais o poder e amplitude da internet e divulgar conteúdo de qualidade. E a internet passa a ser a mais ampla plataforma de divulgação de notícias, abrindo ainda espaço para enfoques inovadores, e assim enriquecer o jornalismo.

Se a indústria do jornalismo procurasse fazer o melhor, cotejasse suas formas de pensar, e procurasse ideias incomuns em todo o seu aspecto, descobriria algumas coisas novas e muito atraentes. Por exemplo: usar de novas técnicas narrativas e projetá-las a serviço da verdade, e encontrar metáforas escondidas em matérias. (KOVACH e ROSENTIEL, 2003:236)

Os exemplos dos sites *Current* e *Opera Mundi* revelam um jornalismo que já depende fortemente das novas mídias. No entanto, jornalistas que trabalham para

⁴⁰ C.f. Anexo I.

veículos impressos também veem na *web* formas de aperfeiçoar o trabalho jornalístico. Os jornalistas da nova geração do *new journalism*, por exemplo, não se baseiam apenas em seus testemunhos e entrevistas pessoais com as fontes. Neste tipo de jornalismo, o trabalho pode durar alguns anos, até que a grande reportagem esteja realmente pronta.

E não é por acaso que a qualidade e abrangência destes trabalhos seja diferente da dos grande portais de notícias. As mudanças de pontos de vista a respeito do uso da *web* estão chegando rapidamente às redações, e os jornalistas estão aos poucos se adaptando.

Nas palavras do jornalista Jon Krakauer, autor do *best seller* “Na natureza selvagem”, a pesquisa é o ponto chave da sua profissão, mais até do que a própria escrita em si. E sua gama de pesquisa é variada: livrarias, bibliotecas, sebos, mapas, arquivos de jornais e revistas, e é claro, a internet.

5. Conclusão

Os jornalistas estão buscando novas formas de apuração por intermédio das novas mídias. Novos e antigos jornalistas discutem a importância da união entre a apuração *on-line* com o *off-line*, e como devem seguir as regras fundamentais da apuração, que vem transformando-se após a chegada da internet.

Inovadora para o jornalismo sob qualquer perspectiva, a internet muda, mas não impede a produção de conteúdos de qualidade. Neste sentido, no lugar de uma ruptura de mídias surge a potencialidade da convergência, permitindo que a produção jornalística feita para *web* seja influenciada diretamente pela mídia convencional, com o principal objetivo de produzir jornalismo socialmente associado ao conhecimento e à cultura.

A internet já firmou-se como a maior plataforma de pesquisa jornalística da atualidade, e parece que irá tornar-se ainda maior à medida que jornalistas e internautas em todo o mundo alimentem as redes com novas páginas repletas de conteúdos. Vídeos, imagens, redes sociais, comentários, *podcasts* e até mesmo livros digitalizados integram uma sociedade globalizada e atenta às novas tecnologias.

Mas quem seria o responsável para ordenar tantas informações? Para selecionar qualidade e manter credibilidade? Com a chegada do jornalismo colaborativo, e multiplicação de plataformas *wiki*, muitos pensaram que a profissão do jornalista seria desvalorizada. No entanto, verifica-se crescente valorização frente à responsabilidade de estabelecer adequada arquitetura da informação.

Como definem Kovach e Rosentiel, os centros de jornalismo independente exemplificam de maneira positiva a reorganização, publicação e apuração de conteúdo na internet. De maneira diferente da grande mídia, eles são capazes de investir em novas ferramentas colaborativas e abrem espaços para as múltiplas possibilidades da web.

O papel de guardião do novo jornalismo digital exige ainda maior intensificação, pois a imprensa deve estar atenta ao debate público em torno da tecnologia. As teorias elaboradas para as Novas Tecnologias da Comunicação exigem ser ainda mais aprofundadas e compreendidas pelos jornalistas que atuam na *web*.

Ao longo deste trabalho, verificou-se a importância do contato com os leitores para a apuração jornalística. Muitos pesquisadores de comunicação em todo o mundo já veem de maneira positiva esta “interação mútua”, essencial para a manutenção da relação de confiança existente entre jornalistas e internauta. Ao mesmo tempo em que os jornalistas encontram com facilidade as informações que eles procuram na internet, eles também são criticados rapidamente por seus leitores, e percebem a importância de entrevistas pessoais e de citação das fontes oficiais, garantindo uma maior credibilidade.

É claro que as notícias publicadas em jornais e revistas também são, muitas vezes, criticadas. Mas o *gap* existente entre a redação da notícia e o seu alcance ao público, faz com que os leitores enviem apenas mensagens sobre sua opinião a respeito do caso reportado. E atualmente, a grande maioria dos leitores se comunica com os jornalistas via *e-mail*, tornando mais simples o contato do jornalista com seu público.

Vimos a importância das técnicas de reportagem em um período histórico que ainda não conhecia as tecnologias, e seus principais repórteres não eram ainda denominados jornalistas, mas especialistas nos assuntos que escreviam, o que de certa forma, fornecia a credibilidade necessária para época.

Observou-se que com a chegada da internet, muito mudou no jornalismo. Apesar de este trabalho não ter pretendido classificar os trabalhos da imprensa como bons ou ruins, cabe uma crítica aos que se apóiam somente no conteúdo da *web* ao escreverem suas reportagens.

Nos exemplos citados, percebeu-se que o bom e velho jornalismo não deixa de ser prioridade para muitos profissionais que possuem o compromisso com a verdade. E no caso do *Current* e do *Opera Mundi*, as redações são compostas majoritariamente por jovens, dispostos a realizar um trabalho diferente daquele exigido em grandes empresas de comunicação.

E assim, o jornalismo retorna às suas origens, com o objetivo de valorizar ainda mais o conhecimento e abrindo espaços para novos estudos sobre as possibilidades

geradas pelas Novas Tecnologias de Comunicação. Embora haja fortes indicações de que a apuração jornalística seja composta pelo equilíbrio existente entre diversos fatores que estão dentro e fora da internet, cabem ainda diversos estudos a respeito das mais diferentes abordagens jornalísticas possibilitadas pelos novos meios. Aos novos jornalistas, restam muitas perguntas a serem respondidas. Qual será o destino do jornal impresso? Qual será o seu público e quais serão suas modificações? Como adaptar o conteúdo feito para um *iPhone* ou um *Kindle*, que não deve ser o mesmo das páginas de um tablóide? Independentemente do meio, a qualidade da apuração é o que se conserva.

6. Referências Bibliográficas

LIVROS:

BOYTON, Robert. **The New new journalism – Conversation with America’s best nonfiction writers on their craft**. New York: A Vintage Original, 2005.

CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet**, São Paulo: Loyola/Ed.PUC Rio, 2002.

CARVALHO, Luiz Marklouf. **Cobras Criadas: David Nasser e o Cruzeiro**. São Paulo: SENAC, 2001.

FERNANDES, Manoel (org.). **Do broadcast ao socialcast**. São Paulo: Bites, 2009. Disponível em:

<http://www.4shared.com/file/140483420/cbbfd6ce/Do_Broadcast_ao_Socialcast.html>

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2006.

GILLMOR, Dan. **We, the media**. Sebastopol, California: O’Reilly Media, 2004. Disponível em: <<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Tradução de Maria Luísa X. de A. Borges. Revisão técnica de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001

KOCH, Tom. **Journalism for the 21st Century. Online information, electronic databases and the news.** West point: Praeger. London: 1991.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem.** São Paulo: Ed. Ática, 2004.

KOVACH, Bill; ROSENTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.** São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual.** São Paulo: Ed.UNESP/Fundação Perseu Abramo, 2005.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LEWIS, Jon (org). **O Grande livro do jornalismo: 55 obras-primas dos melhores escritores e jornalistas.** Tradução de Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Salvador: Calandra, 2003

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital.** Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras. 1995.

PAIXÃO, Fernando (org.). **Momentos do livro no Brasil.** São Paulo: Ática, 1996.

PALACIOS, Marcos e Elias Machado (org.). **Modelos de jornalismo digital.** Salvador: Calandra, 2003.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo.** São Paulo: Editora Contexto, 2005.

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** São Paulo: Brasiliense (Coleção Primeiros Passos), 2000, 10ª edição.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** Tradução de Karinna Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2008, 2ª edição.

TESES, DISSERTAÇÕES E MONOGRAFIAS

AGUIAR, Pedro. **Jornalismo internacional em redes.** Monografia de graduação em jornalismo defendida na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2008.

AGUIAR, Thais Florencio. **Jornalismo na Internet: continuidades e descontinuidades**. Monografia de graduação em jornalismo defendida na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2001.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese de Doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Salvador, 2007.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: Uma Contribuição para o Estudo do Formato da Notícia na Escrita Hipertextual**. Tese de Doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Salvador, 2003. Disponível em: < <http://www.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual> >. Acesso em 23 de setembro de 2009.

MORETZJOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: O fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: UFF/2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=moretzsohn-sylviavelocidade-jornalismo-0.html >.

SANTOS, Giuliana. **Apropriação dos blogs pela grande mídia: estudo de caso do jornal "O Globo"**. Monografia de graduação em jornalismo defendida na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2009.

ARTIGOS ACADÊMICOS OU DE PUBLICAÇÕES ESPECIALIZADAS

BARBOSA, Marialva. **Percursos do Olhar: Comunicação, Narrativa e Memória**. Niterói: EDUFF, 2007. Disponível em: <<http://www.eduff.uff.br/>>. Acessado em: 23 de março de 2009.

BELOCHIO, Vivian. **O jornalismo digital e os efeitos da convergência: meta-informação, encadeamento midiático e a cauda longa invertida**. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UFRGS 2009.

BRITO, Moisés. **Jornalismo Participativo e a Observação da Mídia Brasileira: Uma Análise das Estruturas e Canais de Interação nos Observatórios de Imprensa Brasileiros**. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UFBA 2009.

CHAMILETE, José. **A História do Jornal do Commercio desde 1827**. Disponível em:

< <http://www.jornaldocomercio.com.br/>>. Acesso em 8 de outubro de 2009.

FIDALGO, António. **O que é JAC ou Jornalismo Assistido por Computador**. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/jac/o_que_e_jac.html>. Acesso em 18 de outubro de 2009.

GIRIDHARDAS, Anand. *In internet age, foreign correspondents have local audiences*: Verla, Índia: **New York Times**. Publicado em 14 de março de 2009. Disponível em:
<<http://www.nytimes.com/2009/03/15/weekinreview/15GIRIDHARADAS.html?scp=4&sq=anand%20giridharadas&st=cse>>. Acessado em 14 de março de 2009.

JENKINS, Henry. **[É com você, leitor]**. Março de 2009. Entrevista concedida a Inara Chayamiti na Revista Superinteressante. Ed. 263. Páginas 17 a 19.

LEITÃO, Miriam. **Tempo elástico**. Rio de Janeiro: O Globo. 1ª de novembro de 2009. Coluna Panorama Econômico, seção Economia, pág. 34.

LUIS PARDO, José. **Las garrafas y el vino del periodismo**. Madrid: **El País**. Publicado em 25 de maio de 2009. Disponível em
<http://www.elpais.com/articulo/opinion/garrafas/vino/periodismo/elpepuopi/20090526/elpepuopi_12/Tes> Acesso em 2 de julho de 2009.

LUSTOSA, Isabel. **Hipólito da Costa e o Brasil: projetos para uma pátria imaginada**. 2007. Acesso em 25 de setembro de 2009. Disponível em:
<http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/faperj/Hipolito_da_Costa_Brasil.pdf>

MESQUITA, Mário. **Teorias e práticas do jornalismo – da era do telégrafo ao tempo do hipertexto**. São Paulo: Revista Brasileira de Comunicação – v. XXVIII, nº 2, julho/dezembro de 2005.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Explorações epistemológicas sobre a antropologia da notícia**. UnB 2002. Disponível em:
<<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/327/258>>. Acesso em 10 de outubro de 2009.

OLIVEIRA, Leonardo. **Arquitetura da informação e jornalismo digital**. Disponível em <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2005/05/02/arquitetura-da-informacao-e-jornalismo-digital/>>. Acesso em 31 de outubro de 2009.

OLIVA, Milagros Pérez. **Las incertitumbres de la prensa escrita**. Madrid: **El País**. Publicado em 26 de julho de 2009. Disponível em

<http://www.elpais.com/articulo/opinion/incertidumbres/prensa/escrita/elpepiopi/20090726elpepiopi_5/Tes>. Acesso em 5 de novembro de 2009.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em 2 de novembro de 2009.

QUEIROGA, Antonio. **Um futuro para o jornalismo**. Disponível em: <<http://www.fnpi.org.br/grupos.php?det=8>>. Acesso em 12 de setembro de 2009.

_____. **Entrevista com Nelson Traquina**. Disponível em : <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/entrevistasdomural_02.htm>. Acesso em 12 de setembro de 2009.

RODRIGUES, Bruno. **Web writting e a arquitetura da informação**. Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2005/05/06/arquitetura-da-informacao/>>. Acesso em: 2 de novembro de 2009.

TALESE, Gay. **[A crise é dos jornais e não do jornalismo.]** 17 de junho de 2009. Entrevista concedida a André Petry para a Revista Veja. Páginas 86 a 89.

VENTURA, Zuenir. **Choque ou convergência?** Rio de Janeiro: O Globo. Publicado em 17 de junho de 2009. Opinião, pág. 7.

PALESTRAS

Ética no jornalismo. Marcelo Beraba, no projeto “Jornalismo Contemporâneo”, ministrado por Gabriela Nóra e Muniz Sodré, na ECO/UFRJ. 6 de junho de 2009.

Crise dos jornais ou do jornalismo? Alexandre Freeland, no projeto “Jornalismo Contemporâneo”, ministrado por Gabriela Nóra e Muniz Sodré, na ECO/UFRJ. 23 de junho de 2009.

Percurso do olhar: comunicação, narrativa e memória. Marinalva Barbosa, no projeto “Jornalismo Contemporâneo”, ministrado por Gabriela Nóra e Muniz Sodré, na ECO/UFRJ. 14 de abril de 2009.

Tecnologias do imaterial e os desafios da sociedade da informação. Sergio Amadeu, no ciclo de palestras “Rupturas do Contemporâneo”, no Departamento Nacional do Serviço Social do Comércio. 31 de julho de 2009.

ENTREVISTAS: (ver anexos)

Pedro Aguiar, a autora, 5 de novembro de 2009.

Nelson Vasconcelos, a autora, 14 de novembro de 2009.

ANEXO 1

Entrevista com Pedro Aguiar, subeditor do portal *Opera Mundi*⁴¹

1 - Ao visitar o *Opera Mundi*, percebi que a equipe conta com colaboradores e correspondentes em todo o mundo. Mas na redação em São Paulo, como é a rotina de apuração jornalística?

Pedro Aguiar: É basicamente dependente de apuração a distância. E essa distância, logicamente, é mediada pelas tecnologias de informação e comunicação. Com isso, quero dizer não só as novas tecnologias, mas também as "velhas", como telefone e fax. Claro que o *Skype* ajuda em muito a fazer ligações pro outro lado do mundo (a um custo mínimo, o que é fundamental para um site com orçamento limitado, como o nosso) e o e-mail substitui as funções do fax em tudo. No entanto, o que existe é uma convergência das tecnologias disponíveis para usar a mais adequada em cada caso. Por exemplo: não faz sentido mandar e-mail para um sujeito que precisamos entrevistar com urgência, se podemos ligar. E, se ele está aqui no Brasil, sai mais caro usar *Skype* do que telefone. Também temos a TV ligada permanentemente na redação, como é nos jornais. A diferença mais fundamental, em relação à grande mídia, é que o *Opera Mundi* já está acostumado a fazer reportagem em redes, aglutinando diversas fontes, em diferentes

⁴¹ <http://www.operamundi.net>

locais, por meio de diferentes suportes, para montar uma matéria que não seria a mesma se fosse feita só com os meios convencionais (por exemplo, só com o correspondente *in situ*). E, mais: com isso, geramos conteúdo que nem as agências, nem a grande mídia alimentada por elas, produzem. Isso faz parte da proposta editorial e ideológica do site, inclusive: fugir da mesmice. Assinamos o serviço de *uma* agência internacional, a EFE, simplesmente porque é a mais barata e porque envia conteúdo em português (ainda que com erros sofríveis e muito "sotaque" no texto espanholado). Mas procuramos evitar ao máximo alimentar o site com o que chega de despachos *ipsis litteris* (até porque a precisão e a qualidade são muitas vezes questionáveis). O cópia-e-cola é altamente desestimulado, e só usado em último recurso. O que fazemos, no dia a dia, é partir de algo noticiado por uma agência para montar nossa própria pauta, indo direto às fontes originais e reconstruindo o discurso, principalmente para dar "o outro lado" que ficou de fora nas matérias de agência. No *Opera*, o uso da íntegra de um despacho de agência (com pouca ou nenhuma edição) acontece mais quando temos urgência em dar uma notícia quente, ou então no final do expediente. A equipe na redação em São Paulo é mínima: um editor-chefe, dois subeditores e duas estagiárias. O editor fecha a pauta do dia, faz o contato com os correspondentes, define as prioridades, a hierarquia da *home* e a ordem com que as matérias vão entrar no ar. Os subeditores editam o conteúdo produzido pelos correspondentes e pelas estagiárias, colocam no ar, formatam, escolhem e inserem imagens, substituem o editor-chefe quando ele não está e, eventualmente, faz suas próprias reportagens. As estagiárias produzem textos próprios, fazem reportagem (em alguns casos, como a visita de presidentes estrangeiros a SP, vão pra rua) e montam matérias com material de agências e outras mídias, de preferência "alternativas". O editor-chefe fica quase 10 horas na redação, às vezes de 10h às 20h. A subeditora da manhã fica das 7h às 15h e a da tarde/noite fica das 14h às 22h. As estagiárias alternam turnos diários de 4h. Nos plantões (fins de semana e feriados), todos se revezam, e se trabalha a distância, sem precisar ir à redação.

2 - Ainda dentro da apuração, você acha que o tempo necessário para a pesquisa e confecção do texto pode atrapalhar a qualidade do conteúdo publicado?

Claro que sim: a falta de tempo pode atrapalhar a qualidade, e geralmente o faz. Nunca se tem tempo para dar tudo, nem para apurar todos os detalhes que seriam ideais. Mas aqui a máxima da "qualidade acima da velocidade" é levada bem a sério. Mesmo sendo

um veículo online, preferimos chegar atrasados com a notícia e oferecermos uma perspectiva diferenciada, aprofundada e crítica do que espelhamos o resto da mídia em "tempo real". A apuração leva quase o tempo que for necessário para que a matéria tenha a densidade e a *multidimensionalidade* exigidas, e é um tempo até bem dilatado, posso dizer. Gasta-se bastante com checagem e correção. O texto passa por pelo menos três pessoas no processo de produção - o estagiário ou correspondente, o subeditor e o chefe. E, como é online, sempre pode ser revisado mesmo depois de ir ao ar. Por outro lado, é bem comum cada repórter ter de tocar duas ou mais pautas simultaneamente, como em jornais de hoje em dia. Não existe mais uma linearidade da produção jornalística (aquilo de "primeiro este tema, e quando acabar passo pro próximo"), nem no *Opera Mundi*.

3 - Além das fontes oficiais e oficiosas, já comum a consulta de informações em redes sociais e sites de conteúdo colaborativo. Até que ponto você acha que esta consulta deve ser considerada?

Até o ponto em que não comprometa a precisão das informações publicadas e nem distorça realidades com filtros socioeconômicos, culturais e geográficos que as redes sociais têm e parecem "camuflados". O *Orkut* pode já ser bem disseminado no Brasil, mas muito menos em áreas rurais. O *Facebook* é só da elite, pelo menos por enquanto. O *Twitter* não é usado por adolescentes. Então, fazer uma matéria baseada nas opiniões de pessoas encontradas por uma comunidade de *Orkut* é um passo certo no caminho da estreiteza informativa, porque as comunidades virtuais - por natureza - já são *hipersegmentadas* em interesses, estilos e particularidades comuns. Pegar esse particular e publicar como se fosse geral é um erro jornalístico crasso. Mas isso não é um problema inventado pelas NTICs. Já existia com repórteres preguiçosos que ouviam dois vizinhos na portaria e escreviam na matéria "a população acredita que...". Porém, se for evitada a generalização, for tudo contextualizado e, principalmente, se não se ficar só atado à apuração obtida nessas redes, mas articulá-la com a realidade *offline*, então o uso delas no jornalismo pode ser enriquecedor.

Quanto ao conteúdo colaborativo, existem várias maneiras de usá-lo. Uma coisa é abrir para comentários de leitores, sejam moderados (censurados) ou não. Isso é o nível mais rasteiro de colaborativismo. Outra é convidar os leitores a enviar material, como fotos,

vídeos, áudio e depoimentos pessoais, Muita checagem deve ser feita e todas as ressalvas devem acompanhar a publicação. Um terceiro nível é fazer seu conteúdo depender do conteúdo gerado pelo usuário, como o *OhMyNews*⁴² e o *Overmundo*⁴³. Mas, ainda assim, há várias maneiras de gerir essa produção; algumas mais livres, outras menos. Quando a interface é do tipo *wiki*, em que não existe filtro humano prévio no conteúdo postado (só *a posteriori*), o risco de inserção de informações erradas (deliberadamente ou não) é muito alto. É útil usar ambientes *wiki*, mas sempre partindo deles para outras fontes confiáveis e externamente legitimadas. As plataformas *wiki* são boas organizadoras de informação previamente produzida, não produtoras em si.

Anexo II

Entrevista com Nelson Vasconcelos, editor do caderno *Digital*, do jornal “O Globo”:

1 - Como você acredita que as redes sociais, participação do leitor e as Novas Tecnologias da Comunicação podem influenciar a produção de reportagens?

Nelson Vasconcelos: Redes sociais e participação do leitor possibilitam a multiplicação de fontes, e com isso, o jornalista deve ser ainda mais responsável. Para garantir conteúdos de credibilidade, mais do que nunca o jornalista deve preservar suas fontes mais confiáveis, pois qualquer um na *web* pode deliberadamente mentir. A participação do leitor é ainda mais influente, pois é ele quem diz o que interessa, e se o portal não oferecer o que o leitor procura, ele simplesmente buscará em outro veículo até encontrar tudo que quer saber sobre seu assunto predileto. E atualmente, os comentários são imediatos. Antes eles levavam dias, desde a chegada da carta à redação até a sua publicação no jornal. Agora, o repórter é rebatido na hora, seja em relação à erros ou falhas na apuração. Mas é importante ressaltar que muitos dos comentários podem apresentar insultos, enquanto outros são simplesmente falsos.

2- Na sua opinião, quais são as principais vantagens e desvantagens do jornalismo publicado em tempo real?

⁴² <http://english.ohmynews.com/>

⁴³ <http://www.overmundo.com.br/>

Sem dúvida, a desvantagem do jornalismo publicado em tempo real é, verdadeiramente, o tempo. A apuração torna-se um processo delicado, pois o jornalista deve realizar um número ainda maior de checagem caso ele possua contatos que apresentam informações ainda não confirmadas. A internet traz a grande vantagem de oferecer tudo ao mesmo tempo e agora. Mas por outro lado, não há tempo para a apuração de tudo. Isso é impossível. Então, acredito que nunca antes os princípios básicos do jornalismo foram tão valorizados, tais como a confirmação da fonte e a checagem. Atualmente os profissionais vivenciam estes desafios para cobrir rapidamente, checar e recheckar informações em um curtíssimos espaços de tempos.

3- O que devem levar em conta os jornalistas que utilizam as novas mídias para serem capazes um produzir jornalismo de qualidade?

Acredito que mais do que nunca o profissional de jornalismo deve ter uma boa formação cultural e de espírito crítico, para justamente não cair nas armadilhas geradas na *web*, que podem vir até mesmo nos comentários dos leitores. Eles devem considerar que a internet deve ser amplamente explorada. Não concordo que jornais cobrem um preço por conteúdos "na íntegra", porque isso simplesmente não funciona. O novo internauta buscará sua informação em outro site até ficar satisfeito. Além disso, todo conhecimento verdadeiro deve ser divulgado. O jornalista deve entregar tudo, justamente para enriquecer o seu leitor, a internet e o próprio jornalismo.